本書為Don Failla 初版《45秒講座 擁有你的人生 》的新版著作
已經發行超過 600 萬冊，並且被譯成 25種語言。

45秒講座『擁有你的人生』

作者：Don Failla 譯者：唐飛達

如何「三年提早退休」成為「生活風格教練」Lifestyle Trainer

此版為Don Failla著作之新增訂版，新增訂章節: 生活風格與領導力的願景 ，以及 讓工具代替你說話 ，非常實用的資訊，讓你更迅速而正確地 擁有你的人生 ！

2X2=6

Do You Own Your Life?

你擁有你的夢想生活嗎？

在生命的每一天，

扣掉睡覺、社交、工作及必須做的事後，

大部分人甚至沒有一兩個小時能做他們真正想做的事，

況且還需要有多餘的錢才能去做。

你在期盼什麼的到來？

每一天鬧鐘將你吵醒。

每一天將孩子寄放在安親班。

每一天又要去為別人工作。

每一天又要擔心員工離職。

每一天都無足夠時間陪伴家人。

每一年都無法抽空渡假。

每一天生活在恐懼的未知。

你希望期盼什麼的未來？

醒來時感受到生命的喜悅。

陪伴著孩子一同成長。

為自己的未來而工作。

有時間陪伴家人共享天倫。

有錢有閒去渡假。

對未來生活充滿希望。

擁有自己夢想生活

你必須具備 3 項條件：

①金錢 ②時間 ③健康

如果我能讓你
擁有你的「夢想生活」
你有興趣瞭解嗎？

我們已經發現一個方法，

藉由建立一個“生活風格團隊”

讓你擁有你的夢想生活；

我們也將提供你一套系統，

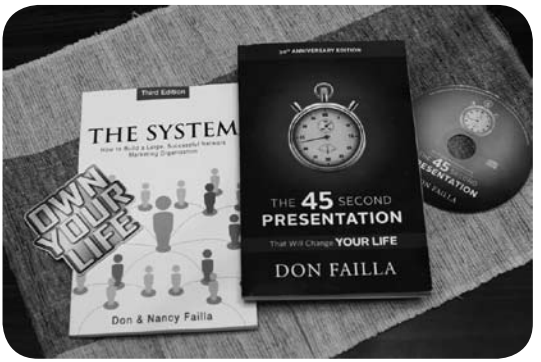
非常簡單、每個人都能做的到，

不需要賣任何東西給陌生人，

更棒的是：它並不需要花你太多時間。

請馬上閱讀前四章，

搭上“擁有你的夢想生活”特快車。



公益傳家——公益直銷可行性研究的實踐

1995 年美國國際教育協會（IIE），甄選兩岸三地藝術工作者到美國參加為期一個月的參訪和交流。就在舊金山，我聽到一位律師分享說：在她家，每年的【家庭會議】會和孩子一起討論今年要把錢捐給誰。我當時就想到：如果台灣的家庭也能有這樣讓孩子參與的家庭會議，讓孩子認識更多好的人和好的事，也讓孩子參與行善，也是最好的家庭教育！俗話說：萬貫家財不如一技在身。我們更相信：一技在身不如惜福感恩。於是開啟了【公益傳家】的成長之路。把行善，當作我們當行的路——把好的事做對，對的事做好。

公益創意產業

我想，不要增加一般家庭的捐款負擔，或和非營利組織搶資源。我決定用消費捐款——你本來就要消費，我賺錢就幫你捐款。1997 年我將第一筆賺得的保險佣金，捐出來辦公益演出和公益展。但我非專業保險經紀人，我也沒有辦法花太多時間開發客戶，保險捐款工作面臨瓶頸而暫停。

2004 年成長畢業生家長推薦一家直銷公司給我，我抱著去捧場的心情，就是消費吧！但是他很積極推薦，告訴我可以賺很多錢，我也明白告訴他，我不需要錢，投入非營利組織的工作，就是不以賺錢為目的，我只幫基金會工作。他回答說：你可以賺錢捐給基金會啊！這句話讓我想到 1995 年的心願——【公益傳家】。

於是我請教當時基金會的董事蔡欽源律師，我問他：如果我想賺錢給基金會，透過郵購、網路、店面或直銷，哪個方式最合適。他的建議是直銷，也就是書上說的網絡行銷。我當時很意外，但是，他說：過去直銷被一些心術不正的人做壞了，目前政府有管理，相關知識也比較普及，比較不會偏差。而且，我們這群人做非營利工作太久，不是生意人思維，開店可能不容易經營，成本也高。郵購和網路購物的法律風險較高，建議我就是當一個單純的推薦者，也就是轉向低成本、低風險的直銷產品。只要找我們的支持者——換個品牌，做公益。

我想，把好的產品介紹給家長朋友，像是：哪裡的牛肉麵好吃？哪個店在周年慶？不就是平常我們常常做的嗎？於是我開始推【公益直銷】的計畫。原本我想找 99 隻小羊，但第一年只號召了 34 個【公益消費家庭】，成為我的下線小羊；我必須承認，當時的小羊，比我想像的難找，遇到很多否定直銷的人。但

是，我想不能因為別人不了解就放棄，可能我這個計畫要聰明的人才看得懂，而且，做好事不著急，我決定先做出一個模式，讓大家更明白我的想法。於是開始公益消費大循環。

同年，在陳得發教授的指導下，以【公益直銷可行性研究】的論文入選中山大學直銷學術研討會，並且到上海發表。研究結果顯示，消費者對公益直銷，主要考慮的 1. 商品適用 2. 財務透明 3. 推薦人的服務。這是很容易達成的，尤其財務透明這部分，剛好直銷公司給的獎金，網路上可以查詢，我想收入面是非常透明。捐款部份，透過公益演出，由售票系統結算票款，全數捐贈，也是公開透明的。於是，開始累積公益消費的獎金收入來推動【公益傳家】工作。這個公益大循環，也擴大了參與的家庭和公益團體。

2006 年這樣小額持續的推薦獎金（公開透明的）也累積到公益演出經費了，剛好杯子劇團有演出，於是用加演場的較低的成本費用，請他們多演一場。並將票房所得（公開透明的）讓觀眾決定捐給哪個公益展的團體。雖然只是家家戶戶、點點滴滴的消費累積，但是，總共也辦了 4 場演出，有數千個家庭參與，推薦了 10 個公益團體。2010 年起，公益展由公益團體「自律聯盟」承辦，捐款對象的選擇也更加公正透明了。

我們的公益消費的收入微薄，我們能做的很有限，但我們相信：小種子只要有人持續關懷，就會成長，會成為大樹，會造福更多人。我不需要想太多，就是找個好的產品，加上選擇會支持公益的公司。只要當個消費者也是分享者。就像書上寫的，一個人介紹 3 個人，3 個人介紹 9 個人，讓這樣的好事傳出去，就會有善款活泉（能複製就能致富）。更期待的是：可以有更多非營利組織，懂得這樣簡單的方法，用正確的方式和心態，將好的東西跟好朋友分享，不用自己開公司，只要加入團隊，更重要的是，要鼓勵上線，排一條公益線（社會企業），鼓勵團隊特別關照公益基金（公益線），因為加入公益線的人，都是幫有需要的人累積善款，做更多好事。將來，累積足夠基金，也跟我一樣來辦公益演出，擴大參與。只要持續的做，就會讓更多人看見，讓更多的人在每次消費，都能提撥部分做公益，建立環環相扣的善循環。

期待 2020 年時，可以超過 100 場的公益演出和親子公益展。

成長文教基金　陳筠安敬邀

45秒講座『擁有你的人生』

The 45 SECOND PRESENTATION

「The Own Your Life」Plan

如何「三年提早退休」成為「生活風格教練」Lifestyle Trainer

作者：Don Failla【美國】　譯者：唐飛達【台灣】

1984-2013 版權歸 Don Failla 所有；
繁體中文版與簡體中文版版權歸唐飛達所有。
未經作者允許，本書的任何內容都不允許複製、節選！
本書已經發行超過 600 萬冊，並且被譯成 25 種語言。

教學課程預約及大量訂購請洽：
劉小姐
886—985033447
886—938111312
alexis1969@gmail.com
www.lifestyle-movement.com

Published By
Sound Concepts
782 S Auto Mall Dr. Ste. A
American Fork, UT 84003

全世界現在已經有幾千萬人在經營網路行銷生意， 而且每年還有上百萬人加入這個行業。對於新人而言，了解這個行業是最重要的！

當然，你可以花上4小時解釋給他聽，也可以將這本書《45秒講座　擁有你的人生》借給他。

關於作者

唐與南西．菲拉

唐和南西．菲拉活躍在網路行銷領域超過 45 年了。
他們結婚 47 年，有兩個兒子和五個孫子女。

- 唐和南西已經建立了一套完整的網路行銷訓練工具。從 1981 年起，他們就開始網路行銷的訓練。
- 菲拉夫婦在世界各地旅遊並教授網路行銷這門生意的原則和技巧。

唐．菲拉

- 唐是暢銷書Basics《基礎》及 How to build a large successful Multi- level marketing organization 《如何建立一個大型成功的網路行銷組織》的作者。本書是 30 週年紀念版，新標題是The 45 second presentation that will change your life《45秒講座　擁有你的人生》，也稱為“餐巾紙講座”，已翻譯超過25國語言，全球銷售量超過600萬本。
- 唐教導遠距離的推薦與組織的建構。
- 唐教你如何啟動和複製網路行銷業務。在少於十分鐘內讓一個新人得到足夠的資訊並且開始推薦。
- 如何用一個充滿樂趣、快速和簡單的方法建立一個在家工作的生意。
- 協助人們如何在未來，擁有不間斷的持續性收入。他是生活風格系統的

訓練大師（Lifestyle Trainer），並建立了數十萬人的網路行銷組織。

- 公認為世上最有代表性的網路行銷組織專家之一。
- 唐是『網路非會議』郵輪教學（Networking Un-convention cruises），“鐵板燒聚會”及“餐巾紙講座”的創始人。
- 唐受邀到各國為不同團隊及公司做客製化培訓Lifestyle Trainer課程。
- 唐的持續性收入講座，幫助了新的經銷商了解一個「在家工作的生意機會」對他們及他們家庭的意義深遠。
- 唐做一對一的諮詢，還有大型或小型的“鐵板燒聚會”。
- 唐畢業於華盛頓大學，擁有社會學學士學位。他是 1960 年撐竿跳紀錄保持人。

南西．菲拉

- 現職 CEO of Fun .com，“樂趣”網路公司執行長。（選擇一個激動人心的事業）
- 南西是網路行銷培訓師及激勵大師。
- 南西為不同團隊或公司客製化培訓課程。
- 經驗豐富的大型會議主持和公認的演說專家。
- 自一個國內企業的副總裁工作退休。

作者序

各位中文讀者，你好!

我是 Don Failla，很高興看到中文版的出版。我要特別感謝中文版的版權所有人唐飛達教練，我們雖然只在網路上見過，但經過無數次的深度會談後，他對網路行銷事業的熱情與使命令我感動。雖然我和唐飛達教練不同國籍不同種族，而且是分隔在地球兩端的兩個人，但我發現我們有相同的願景，我們為了推動全球生活風格教練的運動而努力，天底下沒有任何事比能幫助別人創業成功來得更有意義，我們覺得這是最大的善事。我們希望能提供一個正確簡單的方法，讓每個人在網路行銷這個事業都有一個正確的開始，然後堅持不放棄，進而擁有自己的人生。～過自己夢想的生活～。

以下幾個想法或許可以作為本書的導讀，各位在不同的章節裡應該會有不同的領略：

1. 45年來，我已經運用此系統，成功地在網路行銷事業建立五次大組織。我目前的組織開始於四個人，一個來自挪威，一個來自瑞典，一個來自義大利，一個來自德國。我參與這家公司到現在18年了，現在組織人數有80萬，而95%的經銷商是來自於最初的那四位。

2. 大部份從事網路行銷的經銷商都無法瞭解、分辨網路行銷（NWM）與直銷（Direct Sales）的差異點。這點混淆是可以被理解的，因為大多數有聲譽的網路行銷公司都登記在直銷協會裡。網路行銷是讓你的銷售來自於『自然的組織建立結果』，而大多數失敗的經銷商卻一直『強調銷售產品來建立組織』，這樣終究是無法建立大而穩定的組織。
你認為網路行銷事業需要像推銷員一樣努力推銷，才能創造巨大的營業額嗎？

3. 在網路行銷事業中，你要讓一個新加入的經營者接受多久的訓練後才能獨立推薦出一個『經營者』？兩個月？還是兩週？我有一套系統，能讓他十分鐘後就能獨立推薦『經營者』。

你的疑慮會隨著本書章節的進行，逐漸地得到答案。

希望你好好享受這趟旅程！

Don Failla
Nov 20, 2012

審譯者簡介

唐飛達教練

美國奧克拉荷馬市大學 MBA
日本正露丸台灣區總經理
組織行銷大師　Don and Nancy Failla　訓練機構大中華區總代理
Lifestyle Trainer Movement　生活風格教練運動推廣協會　執行長

審譯者推薦～感謝此書之十張餐巾紙講座，讓我全然「擁有我的人生」。
黎巴嫩詩人 紀伯倫 ：「我們已走得太遠，以致於忘了為什麼而出發」。

International Lifestyle Trainer 「國際生活風格教練 」Don Failla 提出的 lifestyle trainer movement 「生活風格教練運動 」是符合現代人的價值新生活運動。在一直標榜賺錢為主流的商業氛圍裡，Don Failla 提倡成為『生活風格教練』（Lifestyle Trainer）擁有財富（Money）、時間（Time）和健康（Health）的生活風格（lifestyle）。並進而協助週遭朋友真正實踐「擁有你的生活計劃」（The own your life plan）。

相信這對許多人擁有財富，卻抽不出時間陪伴家人，賺到萬貫家財但卻失去寶貴健康之士是個諷刺！而對於尚在汲汲辛苦工作，追求財富的大多數人，不失為一個警惕 ！基於這些社會現象，是否更應讓我們重新思索，如何定位我們的人生。

大多數人已忘了，我們為什麼而出發？是不是因為我們已走入了不得已的選擇！亦或我們已被眼前的財務窘境，剝奪了我們的夢想。

如何與此書結緣

17年前在美商藥品公司擔任訓練及業務經理一職 ，在很偶然的機會接觸到組織行銷的創業機會。因個人的業務經驗及所累積的人脈，很快在六個月的時間就獲得月收入十萬元的兼差收入，一向崇尚自由生活的我，隨即辭去十多萬月收入的藥廠高薪，決心全力投入組織運作，自行創業。

全職才兩個多月後，組織卻無預警的大崩盤，月收入一路下滑到只剩下兩萬左右，頓時非常沮喪而且不知如何是好！

直到赴美參加年度大會，美國友人介紹 Don Failla 熱銷的“10 napkin”“十張餐巾紙講座”這本簡單易懂的英文書。我買回旅館三天把它看完後，驚覺真是如獲至寶，怎麼從來都沒人告訴過我組織行銷就該這麼做！難怪 Don Failla 說 90% 的人都不瞭解網路行銷（Network Marketing）許多人都做錯了！他建議要進入網路行銷產業前，先學會開車（how to drive）再去選車（網路行銷公司）。你會借車給一個沒有駕照的朋友，開你的車嗎？

因為沒有名師指點，也沒人為我分析網路行銷與直銷的不同，所以一直以自己對傳統業務的了解度來教育伙伴們：“銷售就是成交”這樣的做法。看了這本書後才領悟，先前的作法是錯的！怎能期望建立大而穩建的組織呢？

原來並非我不適合或能力不夠，崩盤的原因是：我做錯了！到北京要往北走，我竟然一直往東走。這次美國之行，我找到了方法～一個改變我一生的方法。

我本來差一點就要放棄了！但運用這個系統，卻讓我後來連續八年達成台灣第一名，組織人數包括中國大陸達五萬人之多。這十七年來，我始終遵循此書中 Don Failla 的十張餐巾紙講座，已四次成功經營了包括金融保險代理及組織行銷業務，而成為公司最高位階。

目前台灣及大陸地區一直缺乏深入探究「網路行銷概念」的指導書，讓人們總是對組織行銷這個產業產生不必要的誤解，而錯失“擁有更好生活”的良機。這本書兼具理論與實務的成功經驗，是最適合建立團隊觀念及系統的手冊。

Don Failla 四十年前做網路行銷時，為自己團隊寫了這套系統。28年前一

家美國大型網路行銷公司 Shaklee 也向他購買了30,000本做為訓練教材。後來又陸續有很多組織行銷團隊購買他的書，吸引了書商與他簽約代理。因為此書有效率地幫助許多團隊的成功！包括中文繁體版在內，現今共發行了25種語言，全球已銷售 600 萬本。這些驚人的數字在業界，不得不讓人直呼此書為「直銷聖經」！也讓 Don Failla 成為名符其實的組織行銷大師！！

只要你瞭解此書的 10 napkin，並加以運用在組織複製。相信你一定能真正幫助你的伙伴建立「網路行銷正確態度」，也才有可能建立長久優質的體系文化。

希望藉由此書中文版的發行，能帶給華人地區的直銷人，對網路行銷有更正確的觀念及態度，進而端正直銷人員的正確作法。讓組織行銷的創業家精神，是受到大眾認可且尊重的。

祝大家 即早創造出能提早退休的「被動性收入」。

Lifestyle Trainer
唐飛達
Jan. 01. 2013

本書獻給網路行銷這個生意模式，它為我們提供了自由創業的機會； 透過這個機會，我們每個人都可能獲得成功。

“Withhold not good from them to whom it is due, when it is in the power of thine hand to do it.”

Proverbs 3:27

你手若有行善的力量不可推辭，

就當向那應得的人施行。

箴言3:27

目　　錄

前　　言		15
第 一 章	介紹網路行銷	17
第 二 章	餐巾紙講座第一章　感覺倍增的超魔力	25
第 三 章	餐巾紙講座第二章　業務員失敗症候群	31
第 四 章	餐巾紙講座第三章　你必須做的四件事	37
第 五 章	餐巾紙講座第四章　組織深耕的重要性	45
第 六 章	餐巾紙講座第五章　金船、銀船或空船	51
第 七 章	餐巾紙講座第六章　以第三人稱做為邀約的技巧	59
第 八 章	餐巾紙講座第七章　如何分配寶貴的時間	65
第 九 章	餐巾紙講座第八章　創造“會滋滋作響的牛排”磁場	69
第 十 章	餐巾紙講座第九章　動機態度決定一切	73
第十一章	餐巾紙講座第十章　超快速的成長曲線	81
第十二章	重回學校學習	85
第十三章	數字解釋重點	93
第十四章	訓練課程 vs 事業說明會	99
第十五章	關鍵性話語與如何處理“拒絕”	105
第十六章	為什麼全世界 90% 的人都應該從事網路行銷生意？	113
第十七章	生活風格與領導力的願景	117
第十八章	讓工具替你說話	125
附 錄 1	你的退休生活有保障嗎？	139
附 錄 2	如何快速、快樂地建立一個成功的網路行銷組織？	141
附 錄 3	精華的想法：唐與南西的重要點子與有趣的名言	143
見　　證		149

這本《45秒講座　擁有你的人生》是每個人開始建立一個巨大的網路行銷組織所需的一切資訊！事實上，如果一個人還未學會說明這個“講座”那麼他們可以唸給朋友聽或寫在一張 3X5 吋的卡片上讓朋友自己去讀。

除了這個講座外，你不需要知道別的事情了！我們認為：任何對生活有更多期望的人都可以把這個生意做成功！你一旦真正的了解了這一點，你就可以將這個生意介紹給所有你認識的人了。而對一個潛在客戶的資格要求就是：他必須想從生活中尋求改變！沒有改變的慾望，就不會有任何結果。

這個系統的秘訣在於我們教會新人“不說話”！“多說”是你最大的敵人。你說得越多，那麼你的潛在客戶就越會認為，他無法做你所做的事情！ 請記住，“沒時間”是人們不做這個生意的頭號藉口。

你的朋友聽你分享45秒講座的概念後，可能會問你問題，無論是什麼問題，你如果回答了，你就輸了！因為在你明白過來之前，他們可能已經問了超過 5 個問題，你會被這些問題弄得暈頭轉向的。直接了當地告訴他們：他們會有很多問題，而我們的這套系統是專門為了回答他們的大部分問題而設計的。讓他們馬上閱讀餐巾紙講座的前4章，然後再回來和你談。

絕不要讓潛在客戶讀完全書，因為他們可能只會把書放在書架上，然後在該還的時候還給你。讓他們先讀前 4 章，他們通常會馬上開始閱讀的，而且超過 90% 的人會直接讀完整本書的。

在讀過本書之後，你的潛在客戶將明白什麼是“網路行銷”，這非常重要。因為人們不做這個生意，最大的原因是他們不了解這門生意。而在他們明白了網路行銷之後，你就可以展示給他們你的“車輛”了：那就是公司、產品、獎金制度！但我說過：除了這本《45秒講座　擁有你的人生》之外，你並不需要知道其他事情就可以馬上“開始”做這個生意。

所以，你該做些什麼呢？

現在，你應該應用工具或你的團隊來為你說話。工具包括公司的小冊子、CD、DVD等；你的團隊包括你的上線們以及你的推薦人。

假設你有了第一個潛在客戶！你先解說了《45秒講座　擁有你的人生》這本書，而且他們也讀完了，然後你再邀請你的潛在客戶一起吃午餐，同時讓他知道，你也會邀請你的推薦人出席並為他來說明這個生意。

（關鍵點：誰買單？當然是你買！你的推薦人是來為你工作的！現在的問題是：在你能親自說明這個生意之前，你想請你的推薦人吃多少次飯？）

在德國演講時，有位先生走過來對我說：“你不但可以在對公司一無所知的情況下開始做這個生意，還可以在幫助你的下線開展工作時，每日享用免費的午餐！”

那麼，就請在你愉快地享用食物的同時，也看著生意不斷地成長吧！

第一章

介紹網路行銷

網路行銷是當今發展最快、也是被誤解最多的“傳遞產品”的方式。

許多人將其稱為 90 年代的產物，相信我：他們的歷史遠長於此，到 2010 年將有價值 2000 億美元的產品或服務會透過這種方式流傳！而這個數字仍在快速成長中，請留意這產業！

本書的目的在於透過插圖及例子告訴您，親愛的讀者們：什麼是網路行銷？什麼不是網路行銷？我們還會展示給你一套方法，讓你有效地，我再重複一次，“**有效地**”向他人來解釋什麼是網路行銷。

這本書應該作為**訓練手冊**來看待，編寫此書的目的：就是幫助你訓練你組織中的夥伴。應將此書包含在你們公司的創業錦囊中。

我是在 1969 年開始接觸網路行銷的。1973 年時創建了“**餐巾紙講座**”，而這本書就是源自於此的。本書將涵蓋十章的“餐巾紙講座”。

在我正式介紹“**餐巾紙講座**”之前，請允許我先回答一個被問得最多、也是最基本的一個問題：“什麼是網路行銷？”在本書中“NWM”和“Network Marketing”代表同一個意思。

讓我們來分開解釋：“行銷”意味著將產品或服務從製造商或供應商處移動到消費者處。“網路”指的，除了是個人在社交圈的影響力之外，在架構組織這個生意中，透過說明產品或協助服務發生“移動”的人所得的一種報酬系統。在網路行銷這門生意裡，公司除了支付你因你的影響力所經營出來的市場之外，同時協助你成為這個生意的老闆。“網路行銷”在商業界已經是一個非常普遍的專有術語。

事實上，很多非法的“金字塔遊戲”或是“鏈式分配計畫”或“連鎖信”都試圖為自己冠上“網路行銷”的名號，而這在市場上製造了很大的困惑，現在也還未解決。 所以，一些新的公司試圖用其他的名號來稱呼自己，例如“多層次行銷”、“獨立分銷行銷”或“聯合大眾行銷”等。

其實這裡只有三種移動產品的方式（當你解釋這點時，伸出三根手指。）：

1）**零售**－所有人都瞭解零售。水果店、藥局、百貨公司等，去店裡買東西就是零售。
2）**直銷**－通常（但不一定）包括保險、烹調用具、百科全書的販售方法等等。雅芳小姐、特百惠等也都是直銷的模式。
3）**網路行銷**－這是本書要討論的主要形式，請不要與以上兩項混淆。

第4種可以加入到以上行列中的方式（伸出第四根手指）是**郵購**。 郵購可以是網路行銷形式，但大部分歸類為直銷。

第5種是經常與“網路行銷”相混淆的，前面提到的“**金字塔遊戲**”。但事實上，**“金字塔遊戲”是非法的**。它們非法的主要原因之一就是：他們沒有合理的產品與服務去支援行銷活動。 如果沒有產品或服務的“移動”，你怎麼可以稱之為行銷？更不要說是“網路行銷”了。“網路”是

真的，**但行銷卻未必了**。

人們對網路行銷的拒絕，許多是因為分不清楚網路行銷與直銷的差別。這種混淆是可以理解的，因為很多知名的網路行銷公司都加入了直銷協會。

這種認為網路行銷就是挨家挨戶敲門賣東西的成見，很多就是來自於他們自己的親身經歷，因為他們接觸網路行銷的第一次經驗可能就是一個經銷商敲門試圖賣給他們一些東西。

這裡有些特徵可以區分網路行銷、零售、直銷。其中最大的不同就是：網路行銷是你自己的生意，**但不是只靠你一個人**。

透過自己做生意，無論你是否以自家做為辦公室，你都能享受一些**稅務上的優惠**，在本書中我們不談這個話題，大部分人可以從其會計師或許多相關書籍中得到這方面的資訊。

因為是自己做生意，你可以從你所加入的公司中以**批發價**購買產品，這也就意味著你可以（而且應該）自己使用這些產品；許多人加入這個生意，一開始是為了享受批發價，然後他們才漸漸地開始認真地對待這個生意的！因為你是以批發價來買這些產品的，如果你也想用**零售價**來賣出產品而**獲得利潤**，這也是可以的。

最常見的一個誤解就是：要想在網路行銷中成功，你必須零售很多產品。當然零售不能被忽略。有些公司甚至要求經銷商要完成一定數量的零售金額來獲得領取獎金的資格。你當然可以零售一些產品，但若想獲得可觀的網路行銷獎金，只有透過建立巨大的組織方可。

關鍵點：最好的銷售行為是透過你在建立網路時自然形成的結果。

很多人失敗是因為顛倒了順序，他們在建立網路組織時，過分強調銷售了！

在你進一步讀到其他的“餐巾紙講座”時，你將會看到這個概念漸漸在你面前展開。對95%的人而言，“銷售”這個詞往往會勾起負面的印象。在網路行銷中，你不需要傳統意義上的銷售。但是，如果**沒有產品的買賣**，也就沒有人會拿到獎金。我定義的“推銷”是指：給陌生人打電話試圖賣給他們一些他們並不需要或不想要的東西。但有一點必須強調：**若無產品買賣，沒人會拿到獎金**。

當你建立一個組織時，你其實是建立了一個可以在其中流通產品的網路。零售是網路行銷的基礎，網路行銷中的銷售是經銷商和他的朋友們、鄰居們、親戚們**分享**產品時自然發生的，他們從來不直接向陌生人推銷。

要想建立**成功的網路行銷生意**，你需要“推薦”與“教育”這二者的平衡；在做這兩件事的同時，你可以透過零售產品給你的朋友、鄰居以及親友們來建立一個客戶網路。

不要試圖“單槍匹馬”打天下，記住網路行銷的精義：在於建立一個網路，其中的每個人只做很少的零售；這比要求幾個人賣很多東西要有效得多、容易得多。

幾乎所有的網路行銷公司都不需要花大錢去做廣告，“口耳相傳”幾乎是唯一的廣告形式。因為如此，他們就可以將更多的資金放在產品的開發上；這樣一來，同樣的產品會比一般商店中的同質性產品品質要高得多。你可以和朋友**分享**一些他們已經在用的產品，他們所要做的只是將正在用的產品換個牌子而已！

你可以看到，這不是一個挨家挨戶地推銷或每天打電話給陌生人的生意。

我所知道的所有網路行銷公司都是教導經銷商和他的朋友**分享**他們產品的優點，而這就是網路行銷中所涉及的銷售（我比較喜歡用“分享” 因為這就是銷售的精義）。

網路行銷與直銷的另一個區別，就是**推薦**其他的經銷商加入。在直銷或一些網路行銷公司中，這個過程叫“**招募**”；但“推薦”與“招募”是完全不同的兩件事。你“推薦”一個人是指：教會他如何做你所做的事情，並幫助他們建立自己的生意。這裡我想強調一下：“推薦一個人”與“簽下一個人”是完全不同的。當你**推薦**一個人時，你就是對他們**做出承諾**。如果你不想去完成這個承諾，那麼你對加入的這個人是不負責任的。

在這一點上，你要**願意**去幫助他們建立一個屬於**他們自己的生意**！而這本書無價的地方就在於：**教會**你如何做到這一切！

一個推薦人的**責任**就是教會新人如何做這門生意的一切知識與技能。這包括：如何啟動，如何建立並訓練自己的組織等。 本書將循序漸進地使你能承擔起這些義務。**“推薦並支持”**是讓網路行銷成長的關鍵，隨著你組織的擴大，你就踏上了成為**獨立的**、**成功的**生意人之路，你將成為**你自己的老闆**！

在直銷公司中，你是為公司而工作，如果你決定不做這個公司或移民到另一個國家，往往你就要重新開始；而在幾乎所有網路行銷公司中，無論你搬到哪裡，你都不會失去之前所累積起來的成果。

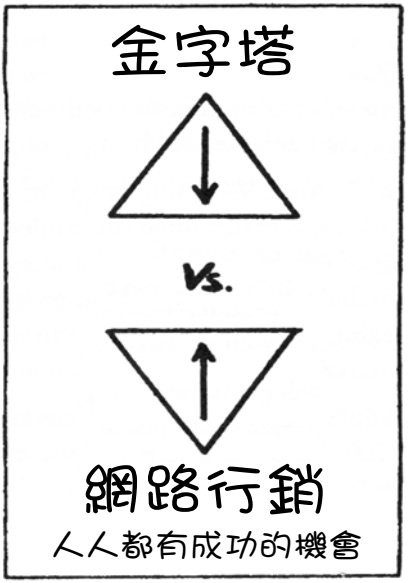
在網路行銷中你可以賺到很多錢，不同的公司，所需的時間不同。但若想賺大錢，一定是由建立巨大的網路行銷組織中獲得的，而不是透過賣產品得來的。當然，你可以透過零售來謀生，但要**發大財**，則必須將建立巨大的網路行銷組織作為你的主要目標！

人們在加入網路行銷之後，剛開始可能只想每個月多賺 50、100，甚至 200 美元，接著，他可能充分了解到如果更認真做的話，他們可以每個月多賺 1000、2000 美元或更多。再一次，請記住，一個人靠賣產品是不可能賺到那麼多錢的……如果想賺那種數目的錢，只能透過建立巨大的網路行銷組織才可以實現。

本書的目的就在於：教會你如何迅速地建立一個大的網路行銷組織，這就要求你養成對網路行銷的正確態度。如果一個人認為網路行銷是非法的，或認為是金字塔之類的，那麼你將生意介紹給他，可能就比較麻煩。

你必須展示給他們鐵的事實，去摒棄那種認為網路行銷是非法組織的錯誤觀念。 下面的插圖可以很清楚地解釋這點，金字塔是從上往下建的，只有那些在一開始就加入的人，才有可能始終保持在頂端。

而在網路行銷的三角形中，每個人都是從底部開始，並且公平地享有創建巨大的網路組織的機會。只要他努力，一個新人可以建立起比他推薦人大上許多的組織。開始時，你的主要目標在於引導你的潛在客戶進入關於網路行銷的一般性討論；並且伸出3根手指來解釋：零售、直銷與網路行銷的區別；這樣你就有了一個好的開始，為將來推薦他們加入你的“生意”打下基礎。



大多數人沒有意識到網路行銷是這麼巨大的產業。其實網路行銷已經有超

過 50 年的歷史了，有些公司甚至已經存在超過 45 年，而且光是這家 45 年的公司自己就可以每年創造 10 億美元的銷售額。

我知道有一個公司在其第一年就創造了 650 萬美元的業績；第二年 **6200 萬**美元，預計第三年其業績將達 **1.22 億**美元，他們將在第 10 年時，達到 **10 億**美元的銷售額。而本書中所介紹的原則與方法可使這個目標變得可行，無論以什麼做為標準，這都是非常成功的結果。

網路行銷對產品研發者或生產商而言都是一個推廣產品很實際可行的方法，不用先花上幾百萬美元來做廣告宣傳，也不用擔心失去對產品的擁有權。

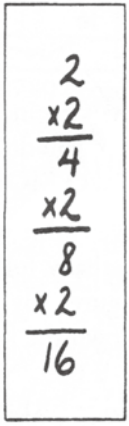
備　　註

第二章

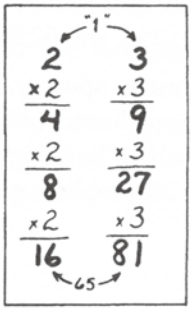
餐巾紙講座第一章 感覺倍增的超魔力

本章的內容應該在你介紹公司與產品**之前**為新人說明。對那些剛接觸公司或產品的人，你**必須**馬上與他們分享本章中包含的內容，你希望他們的認知從第一天開始就是正確的。做這件事的目的就是要糾正他們以下的錯誤想法：“若要在網路行銷中賺大錢，必須要推薦**很多人**才可以。”

本章也說明如何和他們所推薦的夥伴一起作業，並且如何幫助新人啟動，這個講座可以從寫下 2X2＝4 開始，然後繼續這個過程，如右圖所示。

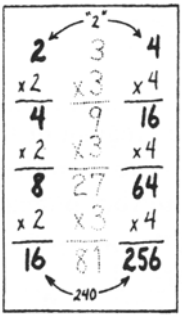


我曾經開過一個玩笑，如果你推薦的新人無法完成這個計算，那麼還是**放棄**他吧！因為和他一起工作會有很大的麻煩！請注意，從現在起，我們開始用“推薦”這個詞。在 2X2 的右側寫下 3X3，並說：在這裡，“你推薦了 3 個人，同時，你教會（我們也開始運用“教會”這個詞）這 3 個人每人去推薦 3 個人，這樣你就會得到 9 個人；然後每人再推薦 3 個人，這樣你就會得到 27 個人；再往下走一代，你就會得到 81 個人。請注意 16 與 81 的區別，讓他們意識到這個差別，並問



他們是否同意這是個很大的差別？

然後指出來，**真正的差別**就在於這開始的 **1**，也就是每個人只多推薦 **1 個人**。通常在此時，你會從對方那裡得到一些驚嘆的反應，這時你要繼續進行，效果會更好。



我們假設你推薦 4 個人加入這個生意，在 3X3 的右邊，寫下 4X4。當你寫下時，你可以一邊解釋說：那讓我們看看，如果每人只多推薦 **2 個人**會有什麼變化呢？你推薦了 4 個人，然後教會他們每人推薦 4 個人，然後你幫助你的 4 個人去教會那 16 個人每人推薦 4 個人，這樣在你的網路行銷組織中就變成 64 個人了，只要再往下走一代，你就可以看到，你的組織增加到了 256 個人了。

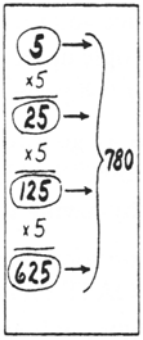
這時你要指出：在這裡，你就可以看到比較大的差別了，但……， 通常這時，你會再次得到對方的一些驚嘆；當他們看到這些概念之後，而且在他們發表意見之前，你應該切入繼續講：“而這個**差別**僅僅在於每個人只是多推薦了 **2 個人**。”

我們只算到推薦5個人為止，通常這時，他們已經心領神會你的意思了。現在你不需要再重複“教會”“推薦”等詞語了，直接寫下 5X5＝25，25X5＝125，125X5＝625，這時他們就可以看到真正讓人興奮的差別了，而這個**巨大差別**的起點就是每個人多推薦了 **3 個人而已**。

很多人可以很容易就了解推薦 1 個、2 個、3 個或更多人的這個部份，但你會發現他們對第四層最下面的數字（16，81，256，625）會感到非常不可思議。

現在讓我們停留在最後一列，想像一下：你們經過一段時間努力後，推薦了 5 個人加入了你的公司，而這 5 個人就代表了 5 個真正想建立網路行銷組織，非常認真有野心的下線，當然你可能要推薦 10、15 或 20 個人才可能篩選出這 5 個真正認真有野心的下線。

但是，一旦你徹底地理解了所有的**十章餐巾紙講座**，你就會發現你推薦的人會比那些不知道這個概念的人**更快**認真地看待這個生意。這本書將教會你如何和他們一起合作，並讓他們**儘快地**認真起來。



請注意右邊的數字，當你推薦了 5 個人，他們又推薦了 5個人，繼續往下走，你將這些數字（圈起來）加起來，那麼在你的組織中認真有野心的人將有 780 個人。做這個說明，將幫助你回答以下的問題：“做網路行銷生意，必須要賣很多產品嗎？”如果你積極地從事網路行銷的生意，那麼你一定會遇到許多這樣的疑問！所以和新人一起“走過”這個**餐巾紙講座**，從向他解釋 2X2＝4 開始，……，一直到累加起來有 780 個經銷商為止。

在**任何一個**網路行銷公司中，如果你有一個 780 個人的組織來**消費**公司的產品，那你一定會有一個巨大的營業額（當然，我們還未加上那些並不是十分認真的“產品使用者”）。

假設每個人都有 2 個、3 個、4 個或 5 個朋友，也假設每個人都有 10 個產品愛用者，是朋友、親人、熟人介紹而來的，那將會形成 7800 個客戶，再加上原有的 780 個認真有野心的經銷商，你就有 8580 個產品愛用者了！你不認為這樣龐大的用戶群可以提供給你一個可觀的收入嗎？這就是我們如何在這個生意中賺錢的訣竅：讓每一個人都只做一點點！但神奇之處卻是在於你只和 **5 個認真的人**一起合作這個事業，而不需要整個部隊！

常常有很多網路行銷公司的經銷商以及我們公司中其他組織的經銷商震驚於我們發展的**速度**，他們有些已經做了一段時間，有些甚至比我們還久，因此他們不斷搔著腦袋想：“你們到底做了些什麼事，是我們沒有做的啊？”

我們對於這個問題的回答是：“你和多少**第一代**的下線一起作業呢?”（第一代下線是指那些你直接推薦的下線，也可稱為第一層下線）我聽到的答覆一般是 25-50 個或者更多。我認識一些人，他們的第一代下線有超過 100 個的。但我可以向你保證，一旦你理解了本書中所講的原則，你就可以在 6 個月之內超過那些人，儘管他們已經經營這個事業 6-8 年了！

讓我們看看**陸軍**、**海軍**、**空軍**、**海軍陸戰隊**的編制吧！不論是從大頭兵或者到五角大廈的高級將官，沒有人會**直接**指揮超過 5-6 個人的（這很少有例外的）。想想看吧：美國的西點軍校、印第安那波里斯海軍軍校，每個都有超過 200 年的歷史。在軍隊中，他們認為，任何人都不該直接去指揮超過 5-6 個人，因為那是沒有效率的。那麼請你告訴我，為什麼在網路行銷中，人們就認為他們可以有效地和 50 個以上的直接下線同時一起作業呢？**這是無法做到的**！這也就是為什麼這麼多人失敗的原因啊。

隨著閱讀，你可以看到不論何時，我們都不應該和超過 5 個以上的經銷商同時一起作業。而是應該在他們加入後，馬上協助他們往下發展！當他們學習到了足夠的專業知識而不再需要你，而他們也可以“獨立作業”地去闖天下時；你就有時間去和另外一個認真有野心的經銷商一起作業了。要記得，隨時將緊密合作的第一代下線人數保持在 5 個。有些公司的制度甚至只允許你最多開 3-4 條線，在我認識的人中，還沒有誰能同時有效地與超過 5 個人合作無間的。

這些**餐巾紙講座**是有意義地串聯在一起的，讀到某處，你可能有些問題，但隨著閱讀的展開，答案就會在別的地方出現了！

備　註

為什麼有那麼多優秀的業務員在網路行銷中失敗呢？在這一章裡將澄清一些有推銷傾向的人士容易犯的錯。

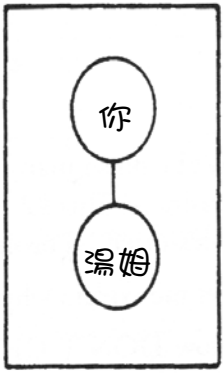
讓我來解釋一下：我們為什麼寧願介紹 10 個老師加入生意，而不是 10 個業務員！**但不要誤會我的意思**，我認為業務員可以是你組織中非常珍貴的“資產”，但前提是他們要先讀完這十章餐巾紙講座，並且徹底地瞭解。

大部分人往往會被我上面所說的話弄糊塗了，那是因為他們還沒有真正了解網路行銷是一種市場行銷的**方法學**。我們**不是**招募人們加入直銷組織去賣貨，而是推薦他們進入網路行銷計畫中運行。

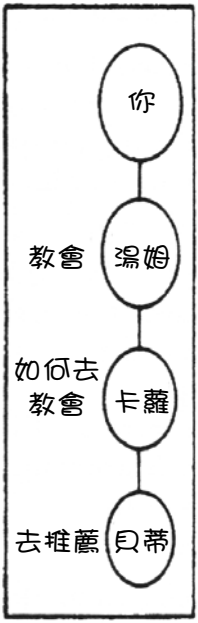
在大多數情況下，我們和業務員的分歧在於：當他們看到很棒的產品時，會有一種想立刻衝出去推廣的衝動！他們可以自己準備說明會，並且不需要你教他們如何賣東西，因為他們本身是專業的業務員。這裡的重點是：我們並不想告訴他們如何去賣東西，我們只是想**教會**他們如何去教會別人去**推薦**這個生意，並最終建立一個成功的、巨大的網路行銷組織。這個過程複製正確時，任何人都可以在這個生意裡成功，而**不必盲目地去賣貨了**。如果你不能和他們坐下來，好好談一談網路行銷與直銷的幾點區別，那麼他們很可能就會走到錯誤的方向去了。

隨著餐巾紙講座的繼續，我會為你們舉幾個例子。大部分的人（尤其是業務員）認為如果你推薦了一個人，那麼你就是複製了你的努力，因為本來只有一個人，現在是兩個人，聽起來挺有邏輯的，**其實不然**。

不真實的原因在於：如果推薦人不做了的話，那麼被推薦的人往往也會離開，他們一般不會繼續留下來。你必須解釋給你的夥伴了解：他們必須要**往下發展三代**，才可稱為真正的**複製**。



一般來說，如果你的推薦人在協助你真正瞭解這個事業之前，就先放棄了的話，你往往會得出這樣的結論：這個事業不能做，因為連你的推薦人都離開了，而你的推薦人應該比你更瞭解這個事業才對啊。現在假設你在這裡（畫一個圈，在其中寫上“**你**”），你推薦了湯姆（在“你”下面，再畫一個圈，並寫上“**湯姆**”），並用一條線連起兩個圈。現在，如果你退出了，你覺得湯姆留下來的機率有多高呢？但如果這時湯姆推薦了卡蘿，那麼你的複製過程就**開始**了。



但是如果湯姆並未教會卡蘿如何去推薦，那麼這個複製的過程也會逐漸終止。你必須**教會湯姆**如何去**教會**卡蘿怎樣去推薦新人。這樣卡蘿就可能會推薦出貝蒂或更多人了。

現在你已經有了 **3 代**下線了，如果這時你離開了（去幫助另一個新人或搬家了），這個團隊還是會繼續走下去的。我要強調一下：**你必須要往下走三代**，不然

你什麼也沒有；只有到那個時候，你才可以說你成功地完成了**複製**！

就算你的第一代下線只明白了這一點，但可以確定的是：他已經掌握了一把成功的鑰匙，而且會比大多數網路行銷中的其他人有更大的成功機會。以下就是可能發生在“業務員”身上的事：當他看完了產品的說明，聽到或看到了別人使用這個產品之後的見證分享，學習了產品的使用方法後，他們就會跑出去發瘋似地賣起產品來。別忘了他們是**業務員**！他們可能曾經做過直銷，而且他們打電話給陌生人沒有任何心理障礙。

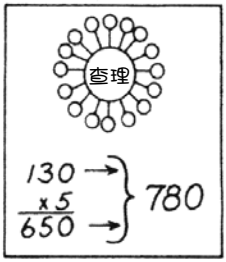
這當然很棒！但是你還是要對你的超級業務員（這裡，我們稱其為“查理”）說：“嘿，查理，如果你想**賺大錢**的話，不能只靠自己哦，你要去推薦新人。”

查理了解了的話會怎樣做呢？他會衝出去，推薦，推薦，再推薦……他掀起一股“推薦風暴”一個優秀的“業務員”在網路行銷中可以每週推薦 3-4 個新人加入。但也往往會發生以下的事：不用過多久，加入的人會以同樣的速度離開。如果你不能**有效地**指導這些業務員怎麼做這個工作，那麼他們很快會遇到困難，然後就變得沮喪並且放棄。

當受挫的查理終於失去耐心，發現沒賺到大錢後，他就會放棄，轉而去找些新的東西賣了。這個推薦查理的人本來指望查理能幫他發大財，至此就洩氣了，也退出了！

在網路行銷中發大財的人往往都沒什麼銷售背景，這些人不見得都是**學校老師**出身的，但大部分人多少都有些教育的經驗。我認識一個小學校長，經過 24 個月的努力，建立了一個網路行銷組織，每個月可以為他創造 **15,000** 美元的收入，他所做的就是**教會別人**如何去做這個生意！

讓我們在查理的例子中加入一些數字來看看錯誤到底出在哪裡？我們假設查理衝出去推薦了 130 個人，記得嗎，他可是個超級業務員喔！我們再假設他又讓這 130 個人每人推薦了5 個人，這樣就有了 130X5＝650 個人，加上之前推薦的 130 個人，那麼整個團隊是 780 個人了（這個數字是不是很耳熟？）。



當你把這個圖表與數字給你的夥伴看時，問他這個問題：“哪種方法會比較快？”是上面這個方法？還是推薦 5 個認真的人，然後**教會他們如何去推薦別人**？……

這時你的伙伴會有另一個問題出現：“那我要教他們什麼啊？”答案是：你在這本書中所學到的知識——這“**十章餐巾紙講座**”。他們最終需要全部了解，但剛開始時，前四章餐巾紙講座是足以讓他開工了。

教會他們 2X2＝4，以及說明為什麼人們會失敗的原因等等。你想想看：你需要多少時間才能推薦 130 個人？當你推薦了第 130 個人的時候，前面有多少人已經離開了？你會發現你失去他們的速度是很快的！但是以餐巾紙講座第一章中介紹的那種方法所建立起的 780 個人的團隊，維持率是很高的。

當你將這裡的邏輯解釋給一個業務員聽，當這個業務員真的聽懂了之後，他會說：“啊哈，現在我知道我該怎麼做了！”然後他會馬上衝出去大做特做！

注意：這時你必須把他拉回來，因為他還沒真正了解本章中的精髓！但大部分網路行銷事業中所謂的上線，卻會在這時候鼓勵下線開始出去衝鋒陷陣。當下線出去推薦了一些人，然後回來說：“耶！這禮拜我推薦了 5 個

新人了！”你也通常會說：“太棒了！”並鼓勵地拍拍他的背。下個禮拜，這個下線又推薦了 5 個人，但是上個禮拜推薦的 5 個人怎樣了呢？已經不見了。

如果你了解了“業務員失敗症候群”的話，你仍然可以鼓勵他們的努力成果，但同時也一定要強調：**幫助那些已經加入的人儘快推薦新人**比他們自己推薦新人**更重要**！

當我推薦一個新人加入之後，對我而言，**幫助這個新人儘快地推薦其他新人**，比我自己出去推薦一個新人更重要！無論怎樣強調這點都不過分，這一點我們將來還會再討論。

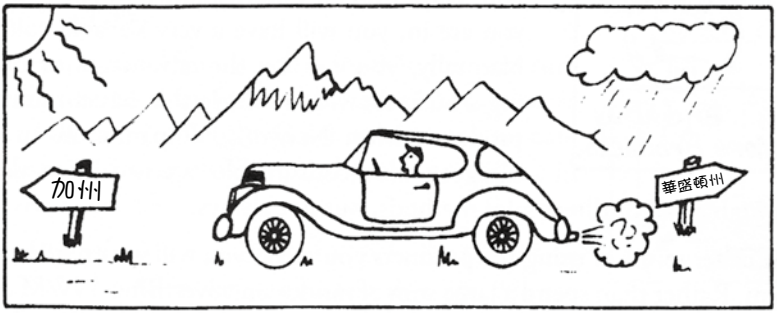
在這十章餐巾紙講座中，先讀前四章是**必須的**；如果實在沒有時間，那麼一定要先讀完餐巾紙講座第一、第二章，只要稍加練習，我相信你就可以具備在 5-10 分鐘之內說明給其他人聽的技巧了。

在我以前加入的一個公司裡，我推薦了一個叫卡爾的先生，卡爾告訴我他已經推薦了住在田納西的女兒加入，而他的女兒幾乎認識整個城裡的人。我跟他說：這太棒了！但我隨即又補上一句話說，有些事我想讓他馬上轉告他女兒！我問他手邊是否有紙筆（他正好有）我讓他寫下 2X2＝4，然後一直繼續說明下去……。我請他馬上打電話給他女兒，告訴她這個很多人會在剛加入時犯的錯，一定要儘快讓她全盤了解這一點，才可以確定她從一開始就走上一條正確的道路。然後他馬上打了電話給他的女兒，結果證明兩個人都經營得非常成功！

備　註

第四章 餐巾紙講座第三章 你必須做的四件事

為了讓你成功地往深度發展，**在餐巾紙講座第一章中**，我們告訴你一些**必須做的事**；在餐巾紙講座第二章中，我們告訴你一些**不能做的事**。在本章中，我們將告訴你為了成功地經營網路行銷這個事業，你**必須做**的四件事。 在網路行銷中那些每年賺 10 萬、20 萬美元或更多錢的人，他們都**做了**或**正在做**這四件事。



為了幫助你記住這四件事，我將其比喻成一個故事，這樣你不但能**記住**這個故事，而且也會記住應做的四件事。

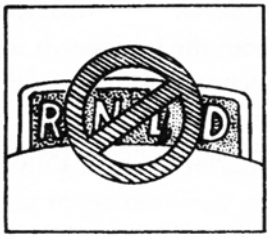
這個故事是這樣的：假設你想開車從下雨的華盛頓州（其實並不像人們說的那麼糟）到陽光明媚的加州，“陽光”加州代表你所在公司的**最高階**！當你到達加州時，就代表你**成功**了。

第一件你要做的事是：**坐進車裡，發動引擎。**如果你不開始的話，你就不可能在任何一家網路行銷公司中獲利。啟動費用因公司而異，可以是 0、$12.5、$45、$100、$200 或 $500 美元或更多。

第二件事就是要**加油。**在你去“加州”的途中，你會不斷地消耗汽油（也就是你代理的產品），所以就要不斷地補充。網路行銷是推廣**消費型**產品的最好模式，你將因喜歡而不斷使用，結果就會不斷地購買。**你必須愛用自己公司生產的產品。**

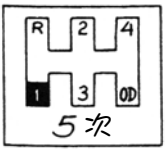
記住，我們在第一章餐巾紙講座中提到的 780 個經銷商，不論你經營的是哪家公司，780 個人的消費量都會給你帶來一份不錯的收入。通常來說，代理消費型的產品是非常有優勢的，而大部分網路行銷公司都是在這個範疇。非消費型的產品一般是比較透過零售與直銷的模式來推廣，但也並不是絕對的。

使用自己公司產品的另一個優點是：你會因為公司優質的產品，幫助了自己及其他人的健康得到了改善而感到興奮。也因為不需要在廣告上投入大量金錢，網路行銷公司可以在產品的開發與研究上投入更多預算，產生的結果就是：網路行銷公司所生產的產品，品質通常會比零售通路中販售的產品品質要高上許多。

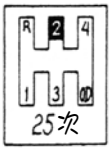


第三件要做的事就是打**高速省油檔。**當然，你也知道，沒有人一發動汽車就以**高速**省油檔來行進。我們都是從**空檔**開始的（請注意，我們開的不是自排車），我們雖然已經坐進車裡了，但終究還在停車

位上，鑰匙雖然已插進去了，引擎也已經發動了，但你若是不打檔的話，哪也去不了，更不可能到達加州。

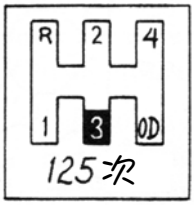


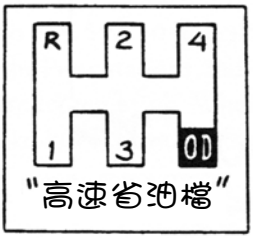
打檔，也就是你必須推薦新人，當你推薦了新人後，你就打了**第一檔**，我認為你的第一檔至少要打 5 次，才能推薦到 **5 個認真有野心**的經銷商；在其他的章節中，我將告訴你們如何判斷一個人是不是認真有野心的。 當然你也希望你推薦的 5 個新人**也**開始打檔；你要**教會**他們如何打第一檔：也就是推薦別人加入！



當你的 5 個新人每人打第一檔 5 次，那麼你就進入**第二檔** 25 次了。

協助你的 5 個新人去教會他們的 5 個新人每人打第一檔5 次。 這樣他們每人在第二檔的 25 次時，你就已經進入**第三檔**的 125 次了；當你有第三代的125個經銷商進入第一檔時，你就在第四檔了，你一定知道當車子打第四檔時，行進起來是多麼順暢呀！你的組織也是一樣的，當你的第一代進入第三檔時，你就進入**第四檔**了。





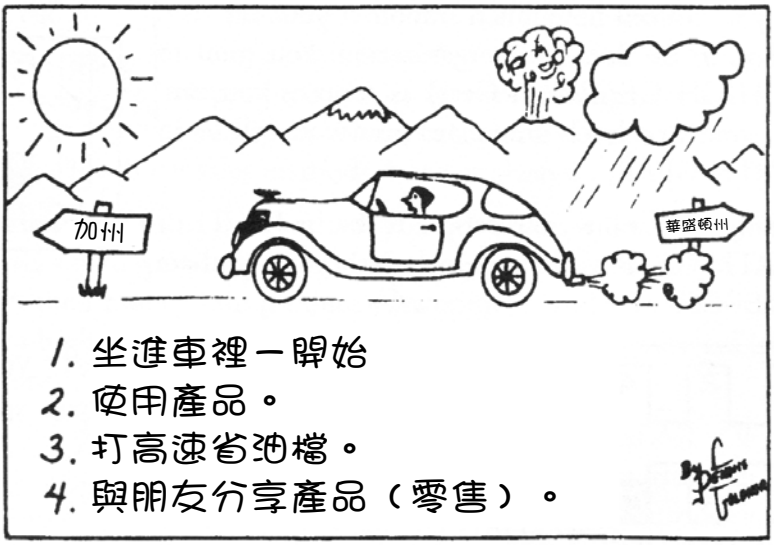
當然，你也希望你的夥伴進入**高速檔**，當他們進入**第四檔**，你就進入高速省油檔了。那麼如何處於高速省油檔呢？你只需要幫助你推薦的人教會他們的夥伴進入第三檔，那麼你推薦的人就進入第四檔，而你就進入**高速省油檔**了！

第四件事：在你開車去加州的路上，和與你一起去的人**分享**產品，讓他感受到產品的好處。當他們想知道去哪裡買產品的時候，你當然就是提供服

務的不二人選了（在同一輛車裡嘛）！與你的朋友分享產品，就是網路行銷這個生意中的零售部分了！

請注意，我們已經帶你走過餐巾紙講座的第一章、第二章，現在是第三章，在這裡，我們告訴了你**成功所需要做的四件事**。你是否注意到我們**從未說**：要成功必須**零售**吧！我們說：你通常不必做實質上的“銷售”但是**我們確實說了**：你要和你的朋友們**分享**產品；你甚至可以與陌生人分享產品，當他們看到並了解你代理的產品的益處與獎金計劃時，他們就很有可能變成你的**新夥伴**了。

你不需要很多的消費者，比方 說 10 個或甚至更少。如果你總共只有 10 個客戶，那也很好呀！也就是說你的第四件事做得比較少而已。實際上，我們可以完全不做第四件事，僅靠做好前面三件事也能讓你順利到達加州。



但是請注意：如果你不做第三件事（**打高速省油檔**）而是做了很多第四件事，那麼你將永遠無法做大（這也就是業務員們經常犯的錯誤）。一旦你懂了這點而且將它與第一、二件事連接起來，你就開始擁有**正確的網路行銷態度**了。

對你的新人而言，你應設法將“5”這數字植入他們的潛意識。你所做的一切就是找到 5 個打算認真又有野心的對待這個事業的人。

當你遇到某些人，並問他們這個事業做得如何時，你有可能會得到以下的回答：“天哪，我找不到任何喜歡推銷產品的人啊！聽到沒有，又是“推銷”一詞！”**不要再去尋找**那些想推銷的人了！**尋找**那些願意每個月多賺 600、1200 或 1500 美元、卻又不想每天都得去上班的人吧！你自己或者你的朋友們認識這樣的人嗎？你和他們的答案，都將跟我的一樣：當然！我們都有認識喜歡那樣的月收入又不想每天去上班的朋友！所以，那些人就是你的潛在客戶。

只需點出：每個禮拜大概只要花他們閒暇時間中的 5-10 個小時就可以建立一個屬於自己的事業，然後緊接著說：這樣哪裡不對嗎？有些人加入網路行銷公司，只是盼望什麼都不用做，就好事不斷，就可以發大財，不是這樣的！ 請記著，我們開去加州的車，**可不是“自排”的**喔！

你我都知道，我們大家都曾上過學，我沒有說上學畢業拿學位是錯的；但想想看，你每天去學校上學，然後再花一整天或半個晚上不斷的複習所學，日復一日，年復一年，總共花了將近20年，當你最後終於畢業了，你能賺多少錢？……

但是，如果你每週拿出 5-10 個小時去**學習**這十章餐巾紙講座以及你公司

的產品及獎金制度等知識，再加上你正在讀的這本書，就是你明天會成功的一把金鑰匙。當一個人學會並了解這些講座後，再將這些知識傳授給更多的人，他就會自然而然地走上成功之路！

你可能是第一次讀到或聽到這些概念，所以我們並不期待你一下子就可以將在這裡所學的內容馬上教會他人，因為**沒那個必要**。

請記住，一個人加入網路行銷公司，必須要有個**推薦人**。如果你的推薦人是一個“**好的**”推薦人，他會幫助你完成推薦前 5 個人的工作。注意：這是一個**互助的關係**！在他向你的朋友們說明這些餐巾紙講座時，你的推薦人同時也在訓練你。

我在這裡有一個重要的建議，我希望每個人都能為自己設立一個學習進度的目標。當你達到公司的初級位階時，你應該**知道並了解**這十章**餐巾紙講座**；當你達到中級位階時，你應該能夠去**教會**其他人；當你接近最高位階時，你要有能力**教會**你的經營者如何**教會**其他人這十章餐巾紙講座。如果你能在最短的時間內**熟練**掌握這項技巧，那會是一件非常有利的事。

透過這本書的內容，你可以坐下來一遍一遍地學習！如果你希望有個指標來衡量進度的話，那麼你需要學習這些內容 5、6 遍甚至 10 遍。在真正掌握這項技巧後，從現在開始的一年內，你應該可以賺到每個月 2000、3000、4000 或者 **6000** 美元的收入，這難道不值得你每週花上 5-10 小時來學習嗎？

現在，你應該會認同：用這樣的方式，像“到學校上學”般的學習方式，將會有一個比較好的結果，不是嗎？不論你在大學裡多麼努力地學習，可以確定的是，沒有哪個學科能在未來可以為你賺到那種數目的收入的！

歡迎您來到網路行銷大學！

你必須做的四件事：

1. 坐進車裡－開始
2. 使用產品。
3. 打高速省油檔。
4. 與朋友分享產品（零售）。

國家圖書館出版品預行編目（CIP）資料

45秒講座「擁有你的人生」/ Don Failla作 ; 唐飛達譯.
-- 初版. -- 臺北市 : 生命之光身心靈成長中心,
2013.01
面； 公分
譯自 : The 45 second presentation : that will
change your life
ISBN 978-986-88609-1-9（平裝）

1.網路行銷

496 101027959

作　　者　Don Failla
譯　　者　唐飛達
發 行 人　劉佳音
出　　版　生命之光身心靈成長中心
版　　次　2013年元月 初版一刷
定　　價　250元
I S B N　978-986-88609-1-9

訂購書籍　萬事興企業社
讀者服務專線 : 0985033447
讀者服務信箱 : alexis1969@gmail.com
“生活風格教練” 運動網址 : www.lifestyle-movement.com

＊版權所有　翻印必究（Printed in Taiwan）

Don Failla支持「社會企業」，響應將十分之一的收入，捐助社會公益，也鼓勵閱讀此書的全球讀者， 將收入的十分之一捐出，為自己及他人種下(財富的因），以推動全球「生活風格教練」運動

Don Failla積極推動全球「生活風格教練」運動 (LifestyleTrainer Movement) ，希望藉著此運動的推行，幫助更多人擁有(健康)、（財富）、（自由）、（助人）的新生活運動

Don Failla名言分享

- 不要辛勤的工作為了你的生計，要聰明的建立組織擁有你的生活。
- 這是一個推薦並教育的生意，不是招募與銷售的生意。
- 你不是招募其他人為你去銷售，而是要推薦他們加入，然後你為他們工作。
- 網路行銷就是建立一個消費者之家。
- 除非你推薦的人往下發展了 3 代，否則你的複製不算開始。
- 先教會你的人如何「駕駛」，然後再為他們展示「車輛」。

強力推薦

此書內容適用產業：網路行銷、聯盟行銷、直銷、金融保險、連鎖加盟、房仲業等需徵員及建立組織團隊之業別

ISBN 978-986-88609-1-9
9789868860919
定價250元