# 安利公司前段

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-09-05

*第一篇：安利公司前段安利公司前段安利公司是世界上知名的日用品生产商和销售商，英文名字叫Amway。成立于1959年，总部设在美国的密执安州亚达城，当时由两位有志青年 理查·狄维士和 杰·温安洛在自家223平方米的地下室中，仅以一款产品LO...*

**第一篇：安利公司前段**

安利公司前段

安利公司是世界上知名的日用品生产商和销售商，英文名字叫Amway。成立于1959年，总部设在美国的密执安州亚达城，当时由两位有志青年 理查·狄维士和 杰·温安洛在自家223平方米的地下室中，仅以一款产品LOC，中文名字叫乐新多用途浓缩清洁剂，当年就创下了50万美金的年营业额。

经历了50年的发展历程，安利公司已经成为占地面积43万平方米，生产线延绵2公里，产品行销90多个国家和地区，拥有固定资产385亿美金，无形商标价值820亿美金的一家跨国企业。全球拥有1.3万名员工和390万名营销人员。公司拥有8架飞机组成的商务机群、还有500辆大型卡车组成的运输车队。在加勒比海拥有自己的圣彼得岛度假村和格兰花都大酒店。拥有自己的奥兰多魔术队及企业号油轮。并且在十大世界知名品牌中，安利占居第八位，第九位是索尼，第十位是阿迪达斯，日用品行业仅此一家，世界私人企业500强排在第23位。国际商标局十大品牌

1耐克2纯羊毛3麦当劳4万宝路5奔驰6可口可乐7 IBM8安利9 索尼10阿迪达斯

产品是企业的基石，安利公司追求精益求精，尽善尽美。在全球设有97间高科技实验室，聘请了710于位科研专家，对产品夜以继日的开发、研制和生产。并与全球75所知名学府中的245位科研人员保持密切的联系，对产品进行跟踪抽样调查研究，所以产品领先同类产品3至5年，安利公司现已自行生产的产品有450余种，共分五大系列：

**第二篇：安利公司**

最新的安利奖金制度

网商陈鑫交你如何网上创业QQ；502707238

九种十二项劳务奖励计划

销售权：安利公司在中国上市的200多种产品的代理权，涵盖了纽崔莱?营养保健食品(70多年悠久历史，全球销量第一)、雅姿?美容化妆品（世界五大化妆品之一）、个人护理用品、家居护理用品和家居耐用品等系列，全方位满足消费者日常生活的需要。

以下是安利公司的营销人员销售业绩报酬表：世界统一（公平、公正、公开并可超越！）

1、个人销售佣金

净营业额（元）销售佣金比率劳务/服务报酬（元）

23009%207

690012%828

1380015%2024

2760018%4968

4600021%9960

8050024%19320

11500027%31050

为了便于计算，我们用整数说明安利的奖金制度的算法：当您一个人每月销售6000元我想比较容易，自己自用+销售为600分享给9个朋友都是600即6000；可是叫您每月销售115000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。

您的部门平均：A：30000、B：30000、C：30000、D：30000；您：6000；

您如何结算您的部门的奖金呢？就是把A+B+C+D+您=126000×27%=31050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31050—A 5400（30000×18%）—B 5400（30000×18%）—C 5400（30000×18%）—D5400（30000×18%）=12420，您的收入是12420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6000元产品就有12420元的收入而您的朋友A卖了30000元的产品才5400元呢？这就是安利的第2项奖金。

2、市场开拓经费

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30000×18%=5400，也只有5400元，您呢？也不必要顾虑您在赚朋友的钱，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400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（世袭）

当您的朋友A把您的模式进行了复制，您的朋友A做到了115000大家看是不是出了问题？计算您的部门的业绩是115000×27%减去您朋友A115000×27%，您的收入等于0，您会干吗？回答当然是不会！安利公司的确也不会这样干，因为安利公司这样做的话没有人来和他合作了。当您的合作伙伴每月的业绩达到11万5千的时候，他会和您有形式上的脱离，安利公司会因为您为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115000×4%=4600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4600元，还得加上您的合作伙伴B、C、D他们所创造的业绩。世袭奖金充分的体现了安利事业的人性化，要知道这就是保障。（这就是终生的保障）4600×12月×50年=276万元。4、2%红宝石奖金（宽度）

当您帮您的部门A、B、C三组分别做到了27%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%~24%均未达到27%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（120000×2%=2400元）。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（15000以上）。

5、1%明珠奖金（深度）

当您培养了A、B、C三组部门同个月做到27%，您除了可以领A、B、C三组的4%领导奖金以外，您每个月都可以领到A、B、C三组以下的每个部门（不管深度如何）的总业绩的1%奖金，直到您的部门中有D.D亦做到明珠，那么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）。

6、特二级经销商0.25%年终奖金（翡翠奖金）

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27%以上（A、B、C、D、）当月收入约15000元，一次免费国内旅游；

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，年收入约15万，一次免费国内旅游；

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，年收入约25万，一次免费国内旅游，积分达到时还可以一次免费出国旅游；

特二级经销商（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个月您就符合特二级经销商（原“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。年收入约40-50万，每年都有一次免费出国旅游。

7、特一级经销商0.25%年终奖金（钻石奖金）

同个会计您帮您的部门中6组做到D.D以上的级别，您即符合特一级经销商（原“钻石”奖衔）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。年收入约80-100万，每年两次免费出国旅游，你已终身远离贫穷。

8、杰出经销商0.25%年终奖金（行政钻石奖金）

同一个会计，您帮您的部门中9组做到D.D以上的级别，您即符合杰出经销商即营销总监（原“行政钻石”奖衔）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。年收入约160万元，每年三次以上免费出国旅游，享受头等舱待遇。

9、（1）双杰出经销商0.25%年终奖金（双钻石奖金）

同一个会计，帮您的部门中12组做到D.D以上的级别，您即符合双杰出经销商即高级营销总监（原“双钻石”奖衔）资格。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、翡翠奖金同时还可以得到。年收入约200-250万元，当您做到双钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“双

钻石单次奖金”人民币约13万元（根据市场总营业额情况而定）。每年三次以上免费出国旅游，享受头等舱待遇。

（2）三杰出经销商0.25%年终奖金（三钻石奖金）

同一个会计，帮您的部门中15组做到D.D以上的级别，您即符合三杰出经销商（原“三钻石”奖衔）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。当您做到三钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“三钻石单次奖金”人民币25万元（根据市场总营业额情况而定）。只要您还在不停地发展安利事业，您还可以得到、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金及翡翠奖金。年收入约300万元。每年三次以上免费出国旅游，享受头等舱待遇。

（3）四杰出经销商0.25%年终奖金（四钻石奖金）

同一个会计，帮您的部门中18组做到D.D以上的级别，您即符合四杰出经销商（原“四钻石”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。当您做到四钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“皇冠单次奖金”人民币50万元。只要您还在不停地发展安利事业，您还可以得到;销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金及翡翠奖金。年收入约400万元。每年三次以上免费出国旅游，享受头等舱待遇。

（4）五杰出经销商0.25%年终奖金（皇冠大使奖金）

这是安利事业中最高的奖衔。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。当您成为皇冠大使的时候，您的年收入将是7~8位数，上千万元前面的数字还不是1的时候，您可以得到多少人的尊重的同时您还可以鼓励多少人成功？同样每年四次以上免费出国旅游，享受头等舱待遇，专机，专车接送。

**第三篇：安利公司情况简介**

安利公司情况简介 安利，是美国最大的著名直销企业，总公司位于美国密歇根州大急流市亚达城，于1959年由杰·温安洛和理查·狄维士在家中的地下室创立。主要经营日用消费品，涵盖了纽崔莱营养保健食品、雅姿美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品和家居耐用品等系列，安利同时兼任生产及销售商。美资企业，即外资企业。

踏着中国改革开发的大潮，怀着为更多人的生活增添色彩的理想，安利公司开始了在神州大地开拓奋进、创新图强的征程。1991年，安利公司创办人之一的理查·狄维士先生携夫人亲赴北京，了解中国的投资环境和投资的可行性。

1992年，安利（中国）日用品有限公司成立，成为国家工商行政管理局批准的全国首批直销公司之一。当时，安利（中国）的办事处面积仅40平方米，只有4名员工。

在进入中国之初，安利本可以仿照其他企业直接进口产品开始经营，但本着诚信经营、立足长远的企业战略，安利（中国）先用近3年的时间进行生产基地等基础设施的建设。

1995年4月10日，安利（中国）日用品有限公司开业剪彩仪式在广州隆重举行。

开业之初，安利（中国）首批上市的产品共5种，包括乐新多用途浓缩清洁剂、碟新浓缩洗洁精、透丽浓缩玻璃清洁剂、丝白洗衣液和速洁浓缩去渍剂。

1959年，年仅30余岁的杰·温安洛先生和理查·狄维士先生在家中的地下室迈出了安利事业第一步。创立之初，公司只有5名员工，办公面积仅224平方米，产品也仅有一种——乐新多用途浓缩清洁剂简称（LOC），但这款产品却是当时市场上率先采用具生物可降解性表面活性剂的洗涤剂，第一年的营业额达到了50万美元。

1963年，安利在美国境外的首家分公司——加拿大安利分公司诞生，这是安利成长为跨国企业的开端。1971年5月，安利在北美以外的首家分公司在澳大利亚正式创立，这标志着安利已开始跻身国际跨国公司的行列。美国安利亚太区公司从1971年在澳大利亚设立第一个分公司以来，现在已拥有安利产品在澳大利亚、中国香港、中国澳门、马来西亚、新西兰、中国台湾、泰国、文莱以及中国大陆的独家代理权，总部设在中国香港。1972

年，由世界维生素工业之父卡尔·宏邦于1934年创立的纽崔莱被收购于安利旗下。安利中国于1992年成立并开始投资建厂，1995年4月10日正式开业。配合中国国情，从1998年7月起，安利中国以大型生产性企业定位，以“店铺销售加雇佣推销员”方式经营。销售纽崔莱营养保健食品、雅姿美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品四大系列，在广州建有先进的大型生产基地。占地面积达14.1万平方米，同时拥有占地4万平方米的现代化物流中心。

20世纪90年代，安利公司由第一代领导人向第二代领导人的过渡顺利完成。在第二代领导人史提夫·温安洛先生和德·狄维士先生的共同执掌下，安利公司实现了长足发展，开启了新篇章。

安利主要经营日用消费品。包括纽崔莱营养保健食品、雅姿美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品和家居耐用品等系列，安利同时兼任生产及销售商。美国安利总部生产60多种的纽崔莱保健品（当前中国安利仅生产销售其中14种），如女性美容的胶原蛋白，功能型产品护肝片、月见草、DHA山桑子护眼、儿童DHA软糖等等。美国安利1998年改组后，全新子公司－捷星，取代了美国安利，通过电子商务的模式提供2万多种代理产品及全系列的安利公司产品服务全球安利用户。

**第四篇：安利公司真面目**

安利公司真面

目\_\_\_\_献给可能听过但无从寻找真安利的人、安利公司拥有超过50多年的历史，全球超过80多个国家和地区有业务！

2、Amway美国私企500强排名19位。

3、中国纳税500强N0.48。

4、最具影响跨国企业N0.4。

5、中国商业科技百强N0.1。

6、拥有固定资产430亿美元。

7、商标价值达820亿美元。

8、三零公司：零负债、零贷款、零裁员。

9、8架飞机组成的飞机群，包括三架波音737和高端商务机。

10、豪华游轮、度假岛屿（彼得岛）、五星级大酒店（格兰华都28层）。

11、一支NBA球队?奥兰多魔术队，大鲨鱼奥尼尔、魔兽霍华德都是其代言人。

12、全球拥有97个顶尖科学实验室，三个大型科学研究中心，超过900多位科学家。

13、全球拥有近1000项专利，同时700多项正在申请中?

14、自行生产450多种产品，代理上万个知名品牌的数万种产品！

15、公司产品唯一获中国消费者协会授予的中国质量鼎！（产品质量最高奖！）连续五次被中国质量协会和美国《读者文摘》评为“白金奖”！（白金奖：①得票N0.1②得票数是N0.2的2倍以上③100%消费者投票）

16、四度获“中华慈善奖”！

17、南北极科考队唯一专用产品。

18、奥运会运动员唯一专用产品（续签8年合约，产品上五环标志）。

19、五个第一（销量、市场份额、市场渗透率、第一提及率、信任品牌）。

中国无锡建农场、研究中心！

用数字谈安利

★自安利1995年进入中国市场以来已向经销商发放报酬累计570亿元人民币。

★纽崔莱有79年历史，是全球唯一的一个有自己有机种植认证农场的保健品牌，三次成为奥运健儿指定营养补充食品;20年奥运健儿唯一专用，证明纽崔莱的品质独一无二！在中国每年销量达100多亿，在全球和中国都是销量第一位的产品，纽崔莱用历史和销量证明产品价值！

★安利店铺数量达至287家，家居送货达649个城市;实力和市场占有率是发展的保障！

★安利教育网上培训达800万人次，累计10万人次参加免费海外旅游;成就了很多家庭的幸福！

★5次获得中华慈善奖;积德行善！

★6亿元人民币投资在中国建立第二个研发中心;追加投资就超过很多公司的总投资！纽崔莱全球植物研发中心就入户在我们无锡鸿山镇！

★奥运冠军孙扬分享，8岁纽崔莱刚上市就开始吃了，已经吃了13年！

奥委会官员亲自为纽崔莱贴上五环标志，并告诉人们：\"运动员吃的食品标准比平常人标准严300倍，在奥委会对所有被推荐产品的兴奋剂检测中，纽崔莱全部合格，纽崔莱与奥委会签定2024~2024的合作协议;这才叫品质保障！

安利逸新空气净化器，三十年历史，66项国际专利，HEPA高效率滤网有效滤除小至0.009微米的空气悬浮颗粒,是目前市场中最高科技水准[强]能确保去除80多种病毒细菌过敏源有害气体等污染物，在全球销量第一！

安利益之源净水器29年历史，100多项国际专利，全球首家整机获得NSF认证的净水器[强]能确保去除140多种污染物，杀菌率达99.99%，在全球销量第一，在中国正式上市第一个月，销量当月高达20个亿！

★预计新财年销售额将突破300亿元人民币;安利创造最多的成功机会！

★安利公司董事长温安洛再次当选美国商会主席，历史上只有温安洛的父亲曾两次当选美国商会主席。

这样的公司难道不值得尊重和了解吗？

**第五篇：安利公司4ps**

安利市场营销4P策略分析

首次接触安利产品是在06年原因应该归功于安利的直销策略。我姐和姐夫去深圳打工并做起了安利的直销业务。不久后我们家人也便用上了安利的系列产品当时他们回家后向我们讲解安利的直销理念第一感觉像传销并且它的产品价格非常的高昂以至于现在家人还在阻止他们的这种“不好的”工作。这学期学习了市场营销之后正好利用自己的所学来给安利做一个4P策略的分析。安利美国最大的著名直销企业总公司位于美国密歇根州大急流市亚达城于1959年由杰·温安洛和理查·狄维士在家中的地下室创立。主要经营日用消费品涵盖了纽崔莱营养保健食品、雅姿美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品和家居耐用品等系列安利同时兼任生产及销售商。1992年安利中国日用品有限公司成立成为国家工商行政管理局批准的全国首批直销公司之一。1995年4月10日安利中国日用品有限公司开业剪彩仪式在广州隆重举行。开业之初安利中国首批上市的产品共5种包括乐新多用途浓缩清洁剂、碟新浓缩洗洁精、透丽浓缩玻璃清洁剂、丝白洗衣液和速洁浓缩去渍剂。

一 产品策略

产品策略———品质+品牌

安利中国公司销售的产品以非循环的日化品为主由于其独特的经营方式公司更注重客户的回头率只有真正生产出优质的产品才能留住顾客因此安利中国公司从一进入中国市场就把产品的质量视作公司的生命。安利公司的产品线包括纽崔莱营养保健食品雅姿美容化妆品个人护理产品家居系列其产品项目更是数不胜数产品之间关联度也比较高安利不断增加产品的宽度和深度方便占领同类产品中更多的细分市场适应更广泛的消费者的不同需求和爱好并且加强产品组合的关联度可以提高安利的声誉和知名度提高其市场地位。安利公司为了向用户提供优质产品有自己专门经营的农场从筛选原料到加工、配方测试到成品包装都经过严格的质量检验每项生产工序都由质量控制人员严密监督确保只有完全合格的产品才能进入市场。为了向用户提供信心的保障安利公司保持在各地市场上安利产品的独家代理权。另外安利注重新产品的研发和科技的投入。并采用统一品牌并且在包装上强调高档和精致。安利公司的雅姿美容护肤品自1968年推出以来领导世界潮流已跃居全球五大面部护肤品及化妆品之一。安利公司旗下的另一世界知名品牌纽崔莱营养补充食品则始终如一地坚持自行种植植物原材料运用先进技术制作功效独特的天然植物浓缩素令纽崔莱成为世界营养补充食品的权威。在这成绩背后支撑着的是安利公司雄厚的实力安利在全球共设有97间专业实验室聘请700多名专业科研人员。正是由于其优质的产品、雄厚的科研与管理能力为安利在中国的市场拓展打下了良好的基石。

二 定价策略

定价策略———物超所值

安利产品走的是高端市场价格一直非常的高昂且不论其营养品和化妆品两大生产线即便是家居用品和日化用品价格也贵的离谱比如一只普通的安利含氟牙膏也要卖到36元所以普通老百姓也很难消费的起。它采用产品质量导向的定价目标它的研究和开发优质产品必然要支付较高的成本自然也要以较高的价格作为回报。他们有专门的公司进行产品市场价格的研究并制定出产品价格。安利产品的差异性价格只体现在不同的国家市场上他们针对不同的国家特色生产不同的产品但对于同一个国家采用的是同一价格、统一服务。并且安利产品价格从不打折扣除非是价格调整一般情况下从来不降价销售另外也从来不以赠送安利产品的销售折扣的方式进行推销。偶尔进行促销时它会采取以其他品牌的产品作为赠品来增加安利产品的销售。当然有大的策略调整安利也会综合考虑价格调整因素。由于安利产品的短渠道营销中间利润没有被大量中间商剥夺所以在保证利润的情况下安利便于调整价格以取得更大的市场份额随着原材料的进口关税税率及个别产品消费税率的逐步降低加上扩建后安利工厂充分利用高速生产设备提高生产效率去年安利半数以上的产品价格大幅调低三至四成。考虑安利产品的浓缩特性调整后的产品价格在市场上极具竞争力物美价廉的商品有助于全面拓宽市场也有利于营业代表进行业务推广。降价后公司销售额不降反升说明了价格调整战略实施有效。

三 分销策略

分销策略———店铺销售+雇佣推销员

从生产者到消费者安利产品销售的过程可谓是非常直接它抹去了大量的中间环节没有中间商、代理商、批发商和零售商、直接利用人员推销直接贴近消费者。属于分销渠道中直接将产品销售给消费者和用户的直销类型。它主要采用人员上门推销。直销作为一种销售方式并非适用于一切产品事实上其应用范围是很有限的。综观世界范围的直销业其生产或经营最多的商品无非是化妆品、洗涤用品等普通家用的日用工业品。由于这一类产品消费的经常性特征才有可能形成持续的连锁消费行为从而形成直销业的市场。安利直销公司在产品开发策略方面的最突出特点就是致力于为用户提供该企业生产的产品它所生产的数百种产品包括家居护理用品、园房器具、美容护肤品、个人护理用品和营养食品全部适宜以直销方式销售。安利产品分销渠道的设计影响因素很多。首先从顾客特性角度考虑由于安利面向的对象是大中型城市面对的主体是收入较高的社会中上层所以目标顾客少而且集中所以方便安利进行短渠道营销或者是直销。其次从产品特性角度考虑由于安利系列化妆品、保健品等产品质量好价格较高所以传统的长渠道的营销可能收益不明显只会增加多余的成本。而短渠道也更直接更加容易被目标群体所接受。另外化妆品、保健品行业质量参差不齐需要专业知识和技能给消费者进行讲解所以也较易采用面对面的直销方式直接贴近消费者。此外从企业特征角度考虑作为美国最大的著名直销企业安利公司实力雄厚有能力也有条件承担较多的渠道功能直销这种一体化的工作更加方便安利担任领导者的角色。最后从环境特征角度考虑安利除了使自己融入当地社会文化外还主动与当地政府官员进行沟通与中国政府官员进行互访交流增进友谊建立起良好的社会关系为安利中国公司的发展创造最佳的环境。

四 促销策略

促销策略———形象+广告

安利采用的促销的是一种古老也非常有效的策略——人员推销。安利中国公司转型后新的经营方式省去了传统日化企业与顾客间的层层代理商与大、中、小批发商的多个环节直接由专卖店一个环节来代替对产品的宣传推广也由传统企业的媒介广告转向营业代表的口碑宣传。在顾客由认识产品、了解产品、购买产品、得到产品的整个环节中营业代表起到了关键性的作用可以说能否建立起一支依法经营和守规发展的营业代表队伍是公司生存的命脉也是安利成功的支柱。因此安利中国公司在5年中尽其所能地为营销队伍提供最有利的发展条件和最有力的业务支援促进营业代表队伍的快速、健康发展安利中国公司所有的市场营销策略都是围绕着营业代表而展开的。安利公司宣传其直销概念

以人为本提供既亲切又有保障的直销服务。安利直销的概念是有感于社会日趋商业化人们的生活节奏加快人际关系渐转淡薄忽略了亲切的个人服务。所以安利公司强调市场营销道德以填补人情淡薄的社会缺憾。安利公司认识到中国人注重人际关系乐于与人分享、助人成功这些传统美德与安利直销的成功之道不谋而合。所以安利的“人际关系”策略迎合了渴望一展所长、渴望改善生活的人们发挥潜能去实现理想的良好愿望也使人际关系更密切。直销方式在中国传播过程中所遇到的问题主要是价格欺诈。针对这一点安利公司强调直销把销售成本降至最低直销员依据公司统一规定的购货价格直接向公司购货在多层次环节中不存在加价的可能。安利直销以诚取信允许直销员在参加后的第一年内随时选择退出并获退款。为了全面保障直销员和消费者的利益不收取巨额参加费也不强迫直销员认购大量存货。安利还特设“质量满意保证”如果顾客对产品品质有任何不满可以退货退款。安利直销计划的基点是销售直销员所得回报是多劳多得赚钱多少与参加先后没有关系不存在靠“拉人头”赚取佣金的可能。安利将此作为一条原则广为宣传规范直销员的行为更以此取信于广大消费者。经过以上对安利产品的4P分析我也逐渐认识到姐和姐夫追逐安利直销的那种坚持精神的所在。安利在注重产品质量的同时也非常看重其职工的梦想价值通过各种方法协助人们实现梦想并为自己带来利润。安利和员工建立的是一张法人与法人的关系它通过销售提成和股利分红激烈员工为自己的未来和梦想而努力坚持最终一定会取得成功。当然这是安利最具争议性的地方也是人们另眼看安利的“可疑之处”。但这是直销的本意也是推销的真谛无数成功的企业以此谋生其中不乏戴尔之类的跨国公司。究其本质直销是一种放之四海而皆准的商业模式安利只是在国家政策、法律许可的范围内将之做到了极致

2市场定位策略———绿色+知识

安利公司根据在全球成功的经验,以及中国市场环境的实际,深深地意识到在中国市场上与中外同行的竞争,必将受到更加严峻的挑战,只有在某些方面略胜一筹,方能保持竞争优势.于是,安利公司提出“给后代保留一个自然、洁净的地球”的口号,市场定位在“绿色营销”和“知识营销”的策略上,唤醒人们保护生存环境、爱护健康生活的意识.安利一向非常重视保护环境,安利在产品制造上落实环保意识,并热心参与环保活动.生产的每一项日化产品都具有生物降解性能,清洁剂使用无磷配方,避免污染江河湖泊;表面活性剂可被生物降解成水和二氧化碳,从1978年开始停止使用破坏臭氧层的氯氟化合物,避免破坏环境;采用再生纸制造包装纸盒,合理利用资源.安利产品多采用浓缩包装,包装可循环使用,减少废弃物,因而较其它同类产品减少50%～70%的塑料包装材料.安利公司自设种植园,专门为其生产的营养补充食品提供安全可靠的原材料,在种植园里不使用农药和化肥.安利还全面停止利用动物进行实验.安利因在关注保护环境、珍惜天然资源上的努力和贡献,亦获得多方的肯定和表彰,包括1989

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找