

Network Marketing Secrets

von Big Al & Erich Kammerer

Das Magazin für den professionellen Networker

MLM Training Fachverlag und Trainingsinstitut für Direktvertriebe GmbH, FN 230596 m, Landesgericht Innsbruck, GF:
Erich Kammerer, Sattlergasse 3, A-6424 Silz • Tel: (+43)(0)5263-20048 • Fax: (+43)(0)5263-20058

E-mail: info@mlm-training.com • Web Site: <http://www.mlm-training.com/>

„Der Kunde fand das Produkt scheußlich, das Hauptquartier ließ sich mit der Rückerstattung zu viel Zeit und deshalb habe ich einen Geschäftspartner verloren. Sieht aus, als wollte die Firma mein Geschäft ruinieren. Was soll ich nur tun?“

Liebe Freunde und Abonnenten,

Ich werde mich auf den ersten paar Seiten dieses Newsletter auf **etwas weit Wichtigeres** als auf Marketingtechniken oder -strategien konzentrieren.

Ich werde Ihnen eines meiner wohl gehüteten **Geheimnisse** anvertrauen, mit dem Network-Marketing sehr viel **leichter** wird. Wenn Sie die etwa zehn Grundregeln des Network-Marketing verstehen, funktioniert alles hervorragend: kein Stress, keine Ablehnung, keine Depressionen, keine Politik, keine Herausforderungen.

Lehnen Sie sich also zurück, lassen Sie sich nicht ablenken, lesen Sie und denken Sie nach. Diese eine **geheime** Grundregel könnte Ihrer Laufbahn einen ganz neuen Kurs geben!

Es ist schon eigenartig, dass niemand darüber nachdenkt.

Ich komme gerade aus England, wo die Network-Marketing-Gemeinschaft von einer **außergewöhnlichen** und ziemlich **durchgeknallten** Sichtweise geprägt ist.

Ich dachte erst, dass sie nur dort so verrückt waren, aber... dann fiel mir auf, dass für die Network-Marketing-Gemeinschaft in den USA **das Gleiche** gilt. Verbreitet sich da insgeheim weltweit ein Virus, das die Leute verrückt macht?

Networker überall zerstören ihr Business. Und sie verstehen nicht, warum. Stellen Sie sich vor, Sie investierten hunderte oder gar tausende Euro in Ihre Geschäft, nur um es anschließend mit einer **fehlerhaften Sichtweise** zu zerstören.

Zunächst will ich den Hintergrund skizzieren.

Wie viele Stunden verbringt ein durchschnittlicher Networker hiermit:

- ◆ Sich die persönlichen Probleme seiner Downline anzuhören.
- ◆ Sich die geschäftlichen Probleme seiner Downline anzuhören.
- ◆ Das Hauptquartier wegen verlorenen gegangener Bestellungen oder fehlenden Produkten immer wieder anzurufen.
- ◆ Sich für fehlerhafte Angaben seiner Upline oder des Hauptquartiers zu entschuldigen.
- ◆ Schiedsrichter zwischen eifersüchtigen Geschäftspartnern zu spielen, die sich über einen Neuzugang streiten.
- ◆ Auf das Hauptquartier zu schimpfen, das nichts vom Network-Marketing versteht.
- ◆ Die ganzen Rückrufe im Auge zu behalten, weil sie nicht prompt auf Anrufe reagiert haben.
- ◆ Sich Sorgen über bestimmte Mitglieder ihrer Organisation zu machen, weil sie von Gier zerfressen würden.
- ◆ Sich über unfaire Behandlung und mangelnde Anerkennung zu grämen.
- ◆ Mit dem Versuch Kunden wieder zurückzugewinnen, die unfaire Konkurrenten ihnen gestohlen habe.
- ◆ Den Mangel an Führungskräften und die langen Reaktionszeiten der Firma mit anderen verärgerten Geschäftspartnern zu diskutieren.

**Wenn man die Stunden zusammenzählt,
kommt eine 40-Stundenwoche dabei raus!**

Solche Aktivitäten sind zeitaufwendig. Wie viel Zeit kann man als Führungskraft für diese unproduktiven und fruchtlosen Aktivitäten aufwenden?

Solche Aktivitäten gehen an die körperliche Substanz. Nach einem Telefonmarathon mit professionellen Opfern, die sich darüber beklagen, dass die ganze Welt gegen sie ist, ist man als Führungskraft einfach ausgelaugt.

Solche Aktivitäten gehen an die psychische Substanz. Man verliert mentale Kraft, wenn man an dieser verlorenen Front kämpft. Nach jedem dieser Kämpfe begibt man sich am liebsten ins Koma - vor dem Flimmerkasten. Man hat keinerlei Begeisterung mehr fürs Kontakteknüpfen übrig.

Bei wem liegt das Problem?

Raten Sie mal! Das Problem liegt in Wirklichkeit nicht bei den Geschäftspartnern, **es liegt bei den Führungskräften!**

Die Führungskräfte sehen die Dinge nicht aus der richtigen Perspektive, ihre Sichtweise ist falsch.

Erfolglöse Führungskräfte **glauben** folgendes:

Damit man im Network-Marketing Erfolg hat:

- ◆ Müssen 100% aller Mitarbeiter des Hauptquartiers perfekt arbeiten.
- ◆ Müssen 100% aller Geschäftspartner ehrenhaft, wohlütig, problemlose Bürger ohne jegliche Gier sein.
- ◆ Dürfen 100% aller Geschäftspartner niemals aufgeben.
- ◆ Müssen 100% aller Anrufer dann zurück gerufen werden, wann sie es wollen.
- ◆ Müssen 100% aller Mitarbeiter des Hauptquartiers sofort zur Verfügung stehen, wenn man sie anruft.
- ◆ Müssen 100% aller Führungskräfte der Upline perfekte Vorbilder sein und dürfen nie etwas Falsches sagen.
- ◆ Darf es keine egoistischen Geschäftspartner geben.
- ◆ Müssen 100% aller Entscheidungen vollkommen sein.
- ◆ Müssen 100% aller Entscheidungen auch in Zukunft perfekt funktionieren.
- ◆ Muss alles perfekt sein, sonst jammern sie oder zerstören sie ihr Geschäft und suchen dann nach einer neuen Firma mit perfekter Führung, einem perfekten Hauptquartier, dem perfekten Provisionsplan, dem perfekten Produkt zum perfekten Preis, das 100% aller Menschen zu 100% zufrieden stellt und zwar immer, usw. usf..

O graus! Oder wie Zig Ziglar sagen würde: **„Diese Denkweise stinkt zum Himmel!“**

Also sinken erfolglöse Führungskräfte schnell auf ein „das lösen wir“ Niveau herab und verbringen den Rest ihrer mittelmäßigen Laufbahn damit, dafür zu sorgen, dass Ihrer Downline, Upline oder der Firma nichts Schlimmes geschieht. Nun ja, das dürfte ziemlich schwierig sein in unserer Welt.

Erfolglöse Führungskräfte sagen häufig folgendes:

„Eine Krise! Eine Krise! Soll ich sie lösen?“

Nein.

Wenn Ihr Geschäft eine oder zwei Krisen nicht überleben kann, dann ist es vielleicht an der Zeit, ein bisschen Abstand zu nehmen und ein besseres Fundament zu legen. Und auch die Zukunft hält jede Menge Probleme parat, ganz egal wie fest Ihr Fundament ist, denn...

Menschen sind - menschlich!

Sie haben richtig gelesen. Ihre Firma, Ihre Upline und sogar Ihre Downline - das sind alles Menschen. Und weil es Menschen sind, haben sie bestimmte Eigenschaften, wie etwas folgende:

- ◆ Menschen machen Fehler. Nur Computer sind vollkommen, aber Computer sind ja wohl kaum Geschäftspartner.
- ◆ Menschen sind häufig egoistisch.
- ◆ Menschen geben schnell auf. Sie brechen die Schule ab, hängen ihren Job an den Haken, verlassen ihren Ehepartner, stoppen mit ihrer Diät, kümmern sich nicht um ihre Neujahrsbeschlüsse und verlassen ihre Network-Marketing-Programme.
- ◆ Menschen rufen häufig nicht zurück.
- ◆ Menschen sind häufig unhöflich.
- ◆ Menschen sind undankbar. Sie zeigen weder ihrer Upline noch ihrer Downline, dass sie sie schätzen, wenn das angebracht wäre.
- ◆ Menschen kritisieren gern. Dadurch fühlen sie sich überlegen und es hilft ihnen, ihre persönlichen Probleme zu vergessen.
- ◆ Menschen fällen verheerende Entscheidungen. Weshalb gibt es wohl so viele Scheidungen? Oder weshalb sonst verlieren so viele bei Pferdewetten?
- ◆ Menschen glauben, dass sie immer Recht haben. Sie kennen schließlich niemand, der sich viel Mühe gibt, um einen Fehler zu machen, nicht wahr?

Wenn Geschäftspartner, die Upline oder das Hauptquartier Fehler machen, unhöflich sind, einen kritisieren oder aufgeben... sollten Sie nicht erstaunt sein!

Menschen verhalten sich - menschlich!

Weshalb gegen die menschliche Natur ankämpfen? Weshalb versuchen, die Chromosomen neu zu ordnen?

Warum die Menschen nicht einfach so nehmen, wie sie sind?

Als Menschen.

Das ist die Perspektive **erfolgreicher** Führungskräfte und ihre Sicht der Dinge. Sie verschwenden keine Zeit mit dem Versuch, Menschen zu ändern und ihre Probleme für sie zu lösen oder gar die der ganzen Welt.

Erfolgreiche Führungskräfte lernen, mit Problemen **umzugehen**, sie zu **managen**, und nicht damit, sie zu lösen.

Das ist ein großer Unterschied.

Stellen Sie sich vor, Sie könnten mit harter Arbeit und Zauberei alle Probleme Ihrer Downline, Upline und Network-Marketing-Firma lösen. Wahnsinn! Das war Schwerstarbeit.

Nun, da Sie für heute alle Probleme gelöst haben, wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, dass es morgen neue Probleme gibt?

Sie liegt bei 100%!!!

Ja, morgen gibt es wieder Probleme, übermorgen auch und in Zukunft sind es nicht weniger. Es wird immer Probleme geben.

Erfolgreiche Führungskräfte akzeptieren diese Tatsache. Sie lernen einfach, **mit den Problemen zu leben**, statt sich den Rest ihres Lebens von jeder Schwierigkeit stressen zu lassen.

Betrachten Sie es doch einmal so:

Es gibt keine perfekte Network-Marketing-Firma auf dieser Welt. Alle Firmen haben Menschen in Dienst! Es wird also Fehler und Probleme geben.

Was tun erfolglose Geschäftspartner? Wenn Sie sehen, dass ihre derzeitige Network-Marketing-Firma ein Problem hat, springen sie ab! Sie schließen sich einer anderen Network-Marketing-Firma an und hoffen, dort nie wieder auf Schwierigkeiten zu stoßen.

Was für eine bescheuerte Denkweise!

Alle Network-Marketing-Firmen haben Probleme.

Erfolgreichen Geschäftspartnern und Führungskräften ist klar, dass, da alle Network-Marketing-Firmen Probleme haben, **sie sich die Firma aussuchen können, mit der sie gern Probleme hätten.** Und dann bringen sie es hinter sich. Akzeptieren Sie die Schwierigkeiten und kümmern Sie sich um Ihre Geschäft.

Überlassen Sie es Ihren Konkurrenten, Probleme zu lösen, die menschliche Natur zu korrigieren und von einer Firma zur anderen zu wechseln. Ermutigen Sie Ihre Konkurrenten ruhig dazu.

Warum?

Das dürfte diese ziemlich beschäftigen, während Sie inzwischen ein großes und erfolgreiches Network-Marketing-Geschäft aufbauen. Sie werden exklusiven Zugang zu den besten potenzielle Geschäftspartnern bekommen, weil Ihre Konkurrenten zu sehr damit beschäftigt sind, Probleme zu lösen!

Aber muss ich denn nicht wenigstens ein paar Probleme lösen?

Nein.

Wir sind in unserem Geschäft erfolgreich, wenn wir uns darauf konzentrieren, **drei oder vier Führungspersönlichkeiten auszubilden**. Haben wir erstmal drei oder vier Menschen trainiert, die so denken wie wir... dann **sind wir unschlagbar!**

In unserem Geschäft ist die Ausbildung von Führungskräften das **A und O**. Geschäftspartner können kommen und gehen, Probleme können kommen und bleiben, wenn wir jedoch langfristig denken und loyale Führungskräfte aufbauen, werden wir immer regelmäßig gute Provisionsschecks erhalten.

All die anderen Probleme haben nichts damit zu tun, **drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren, auszubilden und sich weiterentwickeln zu lassen**.

(Erinnern Sie sich noch an das Geheimnis, von dem ich am Anfang dieses Newsletters gesprochen habe?)

Sehen wir uns mal eine typische Krise an (Nummer 1).

Ihr Geschäftspartner erhält eine Bestellung von 20 verschiedenen Produkten, aber eins fehlt, nämlich die Donut-Mischung Nr. 2.

Der Geschäftspartner ruft seinen Sponsor an und sagt:

„Hilfe! Hilfe! Meine Bestellung ist nicht vollständig. Ich weiß nicht, was alles fehlt, aber es ist alles völlig durcheinander. Glauben Sie, dass die Firma kurz vor einer Pleite steht?“

Es ist ganz **natürlich**, dass Menschen ein wenig **übertreiben**, wenn sie ein persönliches Problem schildern.

Der Sponsor nimmt das Problem ernst und wird deprimiert. Er sorgt sich, dass sein Geschäftspartner wegen dem riesigen Produktmangel das Ganze vielleicht an den Nagel hängt.

Also ruft der Sponsor seinen Sponsor an und sagt:

„Hilfe! Hilfe! Die Firma verschickt keine Ware mehr und nimmt trotzdem das Geld unserer Geschäftspartner an! Warum greifen sie unser Geschäft an und zerstören es?“

Es ist ganz **natürlich**, dass die Menschen ein wenig **übertreiben**, wenn sie ein persönliches Problem schildern.

Sein Sponsor gerät angesichts dieses riesigen, zerstörerischen Problems in Panik und ruft seinen Sponsor (das sind Sie) an und sagt:

„Hilfe! Hilfe! Die Firma verschickt keine Ware mehr und schickt Eingreiftruppen, die unsere Geschäftspartner töten! Sie müssen sie aufhalten!“

Wie ich schon sagte, es ist ganz **natürlich**, dass Menschen ein wenig **übertreiben**, wenn sie ein persönliches Problem schildern.

Wenn man Ihnen also das Problem schildert, ist es immens - riesig.

Wie werden Sie reagieren?

Werden Sie das Hauptquartier anrufen und die Geschichte noch ein wenig übertreiben? Nicht, wenn Sie eine erfolgreiche Führungskraft sind.

Als erfolgreiche Führungskraft haben Sie eine felsenfeste Überzeugung: Sie wissen, dass **nur eins zählt**, nämlich dass Sie **drei bis vier gute Führungskräfte lokalisieren und ausbilden** - Punkt. Alle anderen Probleme lenken nur ab und Sie können sie daher ruhig ignorieren.

Was tun Sie also? Sie antworten dem von Panik befallenen Geschäftspartner:

„Es fehlen ein paar Produkte aus Ihrer Bestellung, nicht wahr? Nun denn, ich habe keinen Zugang zum Computer, der die Bestellungen regelt. Warum schicken Sie kein FAX mit den Einzelheiten und man wird sich um die Sache kümmern.“

Das war's schon! Mehr nicht. Keine Hysterie und keine Verwicklung.

Mit diesem relativ einfachen Problem kann man leicht umgehen. Der Geschäftspartner muss sein Problem in einem FAX ans Hauptquartier nur detailliert schildern. Das ist gut. Weshalb?

- ◆ Details schildern ist schwierig. Die meisten Leute geben ein Problem lieber an ihre Upline weiter, statt sich selber

darum zu kümmern. Das ist nur menschlich. Es ist schließlich leichter, am Telefon zu übertreiben als ein detailliertes Fax zu schreiben.

- ◆ Details schriftlich zu fixieren, dämmt die Übertreibung ein.
- ◆ Die meisten Menschen überprüfen die Fakten, bevor sie etwas niederschreiben.

Was geschieht also?

Der Geschäftspartner schaut noch mal in der Bestellung nach und findet auf wundersame Weise die Donut-Mischung Nr. 2.

Sie haben das Problem gemanagt. Sie können sich weiter darum kümmern, drei oder vier gute Führungskräfte auszubilden.

„Aber hallo! Das ist eine ziemlich gute Sicht darauf, wie das Network-Marketing-Geschäft eigentlich läuft. Was würde geschehen, wenn meine Downline diese Sichtweise übernimmt?“

Enormes Wachstum. Riesiger Umsatz. Riesige Provisionsschecks.

Wäre es nicht wundervoll, wenn sich Ihre Downline nie mehr beschweren und stattdessen Probleme als ganz normal betrachten würde? Und dann einfach seine Geschäfte vorantreibt?

Nun, dann wäre die Welt vollkommen. Aber es gibt natürlich keine Regel, die uns verbietet, unsere Downline in diesem Sinne auszubilden.

Können Sie sich vorstellen, wie effektiv Ihre Chancen-Meetings wären, wenn alle eine positive Einstellung hätten und sich darum kümmern würden, drei oder vier gute Führungskräfte auszubilden? Das wäre reinste Zauberei. Bei so viel positiver Energie im Saal würden sich die Gäste Ihnen bereits anschließen, bevor sie die Präsentation gesehen haben! Potenzielle Geschäftspartner wollen zu positiven Leuten gehören, die wissen, was sie tun und wohin sie wollen.

Wie verhält man sich bei anderen Problemen?

Können Menschen bei einer Präsentation Fehler machen?

Können Broschüren typographische Fehler enthalten?

Kann ein schlecht bezahlter Journalist aus Neid unfaire Geschichten über Ihre Firma oder Produkte schreiben?

Kann eine Führungskraft der Upline Lügen erzählen, Kunden stehlen, Anmeldeformulare fälschen und Ihren Hund klauen?

Ja!

Das geschieht manchmal.

Na und?!

Derlei Probleme haben nichts mit Ihrem eigentlichen Ziel zu tun, **drei oder vier Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden.** (Wenn Sie aufmerksam sind, erkennen Sie bestimmt die geheime Grundregel.)

Sehen wir uns mal Krise Nr. 2 an.

Vor etwa sieben Monaten organisierte ich ein Chancen-Meeting vor etwa 50 Leuten. Es fand in einem kleinen Hotelsaal im Norden Englands statt.

Hinten im Saal saß eine neue Geschäftspartnerin. Sie hatte ihren Ehemann und die elf Monate alte Tochter mitgebracht.

Hinten im Saal saß auch ein potenzieller Geschäftspartner in einem extrem teuren Anzug, perfekt sonnengebräunt, mit manikürierten Nägeln, der Replika einer teuren Armbanduhr und... er sah ein wenig arrogant aus. Vielleicht ein Börsenmakler.

Was tun, wenn das Baby weint?

Während ich meine Präsentation machte, konnte man ab und zu das Baby hören. Na gut: Das Baby weinte. Nicht wirklich laut, aber es lenkte doch ab.

Hier die Frage:

Hat die Tatsache, dass das Baby weint, irgendetwas damit zu tun, **drei oder vier Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden?** (Wenn Sie aufmerksam sind, erkennen Sie bestimmt die geheime Grundregel.)

Nein!

Also ist es kein Problem. Es bedeutet nichts. Man kann die Situation hervorragend managen, indem man das Weinen ignoriert und die Präsentation einfach fortführt.

Genau das machte ich.

Raten Sie mal, was passierte, als das Meeting zuende war?

Der Mann im Anzug ging! Das Geweine des Babys hatte ihn genervt.

Was er sagte, als er ging, wollen Sie wissen?

„Wie kann jemand, der meint, ein Profi zu sein, zulassen, dass ein weinendes Baby potenzielle Geschäftspartner bei einer Geschäftspräsentation stört? Einer derart unprofessionellen Organisation werde ich keinesfalls beitreten!“

Hier also die Millionen-Frage, die Sie sich als Führungskraft im Network-Marketing stellen müssen:

„Wenn ein potenzieller Geschäftspartner aufgibt oder nicht mitmachen will, weil ein elf Monate altes Baby weint, wird dieser Mensch jemals einer meiner **drei oder vier guten Führungskräfte** sein?“

Die Antwort liegt auf der Hand: **„Nein.“**

Er wird bestenfalls zum Vertriebspartner „auf Zeit“, wenn er beim ersten Zeichen von Problemen, ungunstigen Gefühlen oder Stress aufgibt.

Ob solch ein „zeitweiliger“ Vertriebspartner zum Geschäftspartner wird oder nicht, hat langfristig wohl kaum Einfluss auf Ihre Laufbahn im Network-Marketing.

Sehen Sie es doch mal so: Dieser potenzielle Geschäftspartner hat bereits aufgegeben, bevor er angefangen hat.

Wieso?

Weil er ein elf Monate altes Baby weinen gehört hat, dass ihn noch nicht einmal kannte. Das Baby **wusste nichts von diesem potenziellen Geschäftspartner und es interessierte es auch nicht!**

Dennoch hatte das Baby **die Macht, die Entscheidung dieses willensschwachen, gut angezogenen, potenziellen Geschäftspartners zu diktieren.**

Wenn ein so genannter, potenzieller Geschäftspartner einem elf Monate alten Baby gestattet, seine Entscheidungen für ihn zu fällen, wie gut wird er dieses Geschäft dann betreiben? Nicht sehr gut.

Sollten Sie das Problem lösen?

Nein.

Das wäre die reinste Zeitverschwendung.

Mal angenommen, Sie lassen keine Babys mehr bei Ihren Chancen-Meetings zu. Vielleicht heuern Sie Babysitter oder lassen keine Familien mit Kindern rein. Jedenfalls lösen Sie das Problem weinender Babys in Chancen-Meetings.

Na und?!

Was, wenn der Saal zu warm ist? Würde so ein willensschwacher potenzieller Geschäftspartner sich nicht auch dann weigern, beizutreten?

Was, wenn das Meeting nebenan zu laut wäre?

Was, wenn der Sprecher einen Fehler bei seiner Präsentation macht?

Was, wenn jemand einen Hustenanfall bekommt?

Erkennen Sie das Problem?

Es ist der potenzielle Geschäftspartner, der ein Problem hat; es liegt nicht an den Umständen, in denen er sich befindet.

Sie können nicht ein paar Schritte vor Ihrem potenziellen Geschäftspartner durchs Leben gehen und sagen:

„Bitte lächeln, wenn Sie an meinem potenziellen Geschäftspartner vorbeigehen.“

„Bitte kein schlechtes Wort über unsere Firma, wenn mein potenzieller Geschäftspartner dabei ist.“

„Bitte kein Regen, während mein potenzieller Geschäftspartner zum Chancen-Meeting unterwegs ist.“

Dieser potenzielle Geschäftspartner meint, die Umstände müssten genau richtig sein, damit er Erfolg hat. Anders gesagt: Er meint, dass **der Erfolg außerhalb seiner Selbst läge**.

Er macht seinen Erfolg von den Umständen abhängig. Und er hofft, dass kein elf Monate altes Baby Entscheidungen für ihn fällt.

Wird dieser potenzielle Geschäftspartner sich jemals zu einem der **drei oder vier guten Führungskräfte** entwickeln?

Nein, da hätte das Baby schon eine bessere Chance.

Führungskraft hängt nicht von der Kleidung ab, die Sie tragen.

Wen hätten Sie lieber in Ihrer Organisation?

1. Die Mutter, die ihr elf Monate altes Baby und ihren Ehemann mitbringt, oder
2. den gut gekleideten, willensschwachen Mann, der Karriereentscheidungen 11-monatigen Babys überlässt?

Die Antwort liegt auf der Hand, wenn man erst einmal verstanden hat, dass die Grundregel lautet, **drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden.**

Führungskräfte sind alles.

Sie bieten Ihnen langfristige Sicherheit.

Sie sind Ihr Schlüssel zu solidem Wachstum und dauerhaft guten Provisionsschecks.

Fast alles andere, was Sie im Network-Marketing machen, ist nebensächlich.

Ihre wesentlichen Bemühungen sollten darauf gerichtet sein, **drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden.**

Die meisten anderen Dinge, die wir tun, sind Zeitverschwendung. Ein paar Beispiele gefällig?

Die Firmenpolitik diskutieren; sich mit allwissenden Geschäftspartnern streiten; die Upline ändern; die Stühle bei Chancen-Meetings neu anordnen; die Kontaktbroschüre zum 31. Mal umschreiben; die Produktauslage richtig arrangieren; Verkaufsargumente auswendig lernen; Händchen halten mit willensschwachen potenziellen Geschäftspartnern; Geschäftspartner ausschimpfen, weil sie Meetings verpasst haben; Fehler korrigieren, die andere machen; sich wünschen, man bekäme mehr Geld für seine Arbeit; die sofortige Auslieferung ausstehender Bestellungen fordern; verlangen, dass jeder unter allem Umständen fair behandelt wird; sich kleinkarierte Beschwerden anhören; Menschen bemitleiden, deren Ego verletzt wurde; versuchen, professionelle Opfer zu retten; Geschäftspartner zwingen, Trainings zu besuchen, an denen sie nicht teilnehmen wollen; jemand suchen, dem man die Schuld geben kann; sich wünschen, dass die Menschen die gleiche Vision hätten wie Sie; dem Mamagement sagen, wie sie ihren Job zu machen haben; usw. und so endlos fort.

Man wird keine erfolgreiche Führungskraft, indem man diese Probleme löst. Und man wird auch nicht dazu, indem man „zeitweilige“ Vertriebspartner sponsert oder ersetzt.

Man wird zur erfolgreichen Führungskraft, indem man **drei oder vier gute Führungskräfte lokalisiert und ausgebildet.**

„Hier ist das Network-Marketing-Krisenzentrum; wie kann ich Ihnen helfen?“

Achten Sie darauf, dass Sie am Telefon nicht so klingen. Informieren und trainieren Sie Ihre neuen Vertreibs- und Geschäftspartner vielmehr so, dass sie wissen, dass Probleme dazugehören. Probleme gehören zum Leben und es wird sie auch noch Morgen, Übermorgen und den Rest unseres Lebens geben.

Statt sich auf Probleme zu konzentrieren und sich Sorgen darüber zu machen, managen Sie sie und leben Sie Ihr Leben. Sie werden mehr Freizeit und weniger Stress haben und einen Lebensstil, bei dem Sie riesige Provisionsschecks genießen.

Und wenn Sie sich darauf konzentrieren, drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden, werden Sie Fragen leicht beantworten und Probleme leicht managen können.

Wenn Sie beispielsweise 50 Kilometer vom Hauptquartier Ihrer Firma entfernt wohnen, werden manche Geschäftspartner fragen:

„Warum schauen Sie nicht häufiger beim Hauptquartier vorbei?“

Darauf können Sie antworten:

„Weil ein Besuch beim Hauptquartier nichts damit zu tun hat, drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden.“

Oder Ihr Geschäftspartner fragt:

„Warum gibt es die Donut-Mischung Nr.8 nicht mit Schokoladengeschmack?“

Darauf können Sie antworten:

„Was hat das damit zu tun, drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden?“

Oder Ihr Geschäftspartner fragt:

„Mary hat beim Chancen-Meeting viel zu lange gesprochen.“

Darauf können Sie antworten:

„Was hat das damit zu tun, drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden?“

Sehen Sie? Es ist ganz leicht.

Wenn wir erst einmal die Grundregeln verstanden und die richtige Einstellung und Sichtweise zum Network-Marketing haben - **wird ALLES ganz leicht!**

Und nun zum Schluss noch einmal; falls Ihnen das Grundprinzip, von dem ich auf Seite 1 gesprochen habe, noch nicht aufgefallen sein sollte, hier ist es:

Es ist unser Job als Führungskraft, drei oder vier gute Führungskräfte zu lokalisieren und auszubilden. Der Rest unserer Aktivitäten bedeutet nicht viel. Sie sind an und für sich egal.

Tom

PS. Möchten Sie weitere Tipps von Tom jedes Monat in Ihrem Briefkasten (Email Ordner)? Diesen Newsletter können Sie auch abonnieren. Sie finden diesen unter http://www.mlm-training.com/shop/shop.php?show_cat=64

Geben Sie Ihrem Geschäft einen neuen Erfolgsschub - mit den Geheimnissen des Altmeisters im Network Marketing!

Liebe Networkerin,
lieber Networker,

wenn Sie den größtmöglichen Erfolg für Ihr Geschäft erzielen wollen - wessen Unterstützung würden Sie dann in Anspruch nehmen:

- **Die Ihres Sponsors, der selbst erst seit ein paar Wochen im Geschäft ist?**
- **Die des Superstars Ihrer Firma, der zwar Hunderttausende von Euro verdient, aber keine Zeit hat, sich um Sie zu kümmern?**
- **Oder vielleicht die Unterstützung des Mannes, der als „Der Altmeister des Network Marketing“ gilt? Und der in nicht einmal zwei Jahren über 100.000 Vertriebspartner aufgebaut hat?**

Wenn Sie sich jetzt sagen: „*Natürlich die Unterstützung des letztgenannten - aber wie soll ich diesen Menschen kennen lernen?*“, dann bietet sich für Sie jetzt eine hervorragende Gelegenheit:

Tom Schreiter, der vermutlich bekannteste Autor und Trainer im Network Marketing, kommt zum ersten Mal nach Deutschland, um sein Erfolgssystem weiter zu geben. Und Sie könnten zu den wenigen Menschen gehören, die daran teilnehmen.

Von Tom erfahren Sie:

- Wie er mit nur fünf ernsthaften Führungskräften eine Organisation aufgebaut hat, die ihm auch nach vielen Jahren noch ein hohes sechstelliges Einkommen beschert - obwohl die erste MLM-Firma, für die er tätig war, nicht mehr im Geschäft ist!
- Wie er seinen Partnern gezeigt hat, wie man ohne großartige Investitionen und auf einfachste Weise eine stabile und profitable Vertriebsgruppe aufbaut
- Wie man sein Geschäft besser und effektiver präsentiert
- Wie man mehr Interessenten für sein Geschäft findet
- Wie man gewöhnliche Berater und Interessenten zu Führungskräften macht
- Was man genau SAGEN und TUN muss, um Führungskräfte zu gewinnen

und viele weitere seiner Erfolgstechniken, die Ihnen helfen, ein erfolgreicherer Geschäft aufzubauen!

Wenn Sie also derzeit nicht wissen, wie Sie die richtigen Führungskräfte für Ihr Geschäft gewinnen sollen . . .

Wenn Sie sich wünschen, dass Ihr Provisionsscheck größer wird . . .

Wenn Sie mehr Spaß an und mehr Erfolg in Ihrem Geschäft haben wollen . . .

. . . dann melden Sie sich jetzt zum Spezialtraining mit einem der bekanntesten Superstars des Network-Marketing an - Sie werden für lange Zeit nicht mehr die Gelegenheit haben, Tom Schreiter und seine Erfolgsstrategien kennen zu lernen

Übrigens (für Sie besonders erfreulich) haben wir auch darauf geachtet, dass dieses Training wirklich für jeden ernsthaften Networker bezahlbar ist:

Für Schnellentscheider (Anmeldung bis zum 08.02.2004) gilt der Frühbucherpreis von nur 59.- Euro. Und auch für diejenigen, die mehr als zwei Wochen benötigen, um die Anmeldung auszufüllen, sind lediglich 79.- Euro für Tom Schreiters Erfolgstraining zu entrichten.

Melden Sie sich also am besten gleich an!

Viel Erfolg wünscht Ihnen

Ihr Erich Kammerer

(Geschäftsführer von MLM-Training.com)

PS: Da wir nur eine kleine Gruppe von Teilnehmern zulassen, bietet sich für Sie sogar die einmalige Chance, sich mit Tom Schreiter fotografieren zu lassen - eine Gelegenheit, die bisher nur ganz wenige Networker in Deutschland hatten!

ANMELDEN