30ste JUBILÄUMS AUSGABE

Die ersten **4 Kapitel**

DIE 45 SEKUNDEN PRÄSENTATION

Die **IHR LEBEN** verändern wird

DON FAILLA

45Sekundentools.de

zur Verfügung gestellt von:

Holger Korsten

E-Mail: team@holgerkorsten.com
Tel.: 0049 (0)4186 8958 718
Mobil: 0049 (0)179 3978761

team.holgerkorsten.com

30ste JUBILÄUMS AUSGABE

Die ersten **4 Kapitel**

DIE 45 SEKUNDEN PRÄSENTATION

Die **IHR LEBEN** verändern wird

DON FAILLA

149761

Copyright © 1984, 2003, 2006, 2010 by Don Failla.
Alle Rechte vorbehalten.

Über fünf Millionen gedruckte Bücher in 24 Sprachen

© 2007-2014 der deutschen Ausgabe bei
Life Success Media GmbH

ISBN 978-3-902114-26-6

Herausgegeben von:
Life Success Media GmbH
6020 Innsbruck, Austria
www.45sekundentools.de

Weder dieses Buch noch Teile oder Ausschnitte davon dürfen ohne schriftliche Genehmigung des Autors oder des Verlages mit irgendwelchen Mitteln reproduziert, vervielfältigt, veröffentlicht oder öffentlich vorgeführt werden, noch darf dieses Buch in elektronische oder mechanische Medien gespeichert oder in solche übertragen werden. Ausgenommen sind Rezensenten, die kurze Passagen von nicht mehr als insgesamt 250 Wörtern zitieren.

Gedruckt in der Europäischen Union

149761

ÜBER DAS BUCH

Millionen von Menschen sind im Network Marketing tätig und jedes Jahr kommen weitere Millionen hinzu. Das Wichtigste für einen Neuling ist es, diese Branche zu verstehen. Sie können vier Stunden damit verbringen, ihm das Geschäft zu erklären - oder Sie leihen ihm einfach nur dieses Buch.

ÜBER DEN AUTOR

Don Failla begann seine Network-Marketing-Karriere 1967. Er entwickelte ein bewährtes System zum Aufbau einer großen Organisation, wobei er sich danach ausrichtete, was ihm beim Aufbau seines Geschäfts Erfolg brachte. Don und seine Frau Nancy bereisen heute die ganze Welt, um als internationale Lifestyle-Trainer ihr bewährtes System weiterzugeben. Sie leben in Kalifornien und haben zwei Söhne, Doug und Greg, und fünf Enkelkinder. Dieses Buch wurde millionenfach verkauft und ist in vielen Sprachen erhältlich. Es ist ein wichtiger Bestandteil von Dons bewährtem System.

WIDMUNG

Dieses Buch ist dem freien Unternehmertum gewidmet, das uns allen offen steht und ohne das Network Marketing nicht möglich wäre.

„Weigere dich nicht, dem Bedürftigen Gutes zu tun, wenn deine Hand es vermag.“

Sprüche Salomos 3:27

INHALT

Vorwort 7

1. Einführung ins Network Marketing 11
2. Zwei mal zwei ist vier 21
3. Das Verkäufer-Misserfolgs-Syndrom 29
4. „Vier Dinge, die Sie tun müssen" 37
5. Zum Grundgestein graben ..... im Buch
6. Schiffe auf hoher See ..... im Buch
7. Einladung an Dritte ..... im Buch
8. Wie Sie Ihre Zeit investieren sollten ..... im Buch
9. Das Brutzeln verkauft das Steak ..... im Buch
10. Motivation und Einstellung ..... im Buch
11. Das Fünfeck des Wachstums ..... im Buch
12. Wieder zur Schule gehen ..... im Buch
13. Mit Zahlen spielen,um ein Argument anzubringen ..... im Buch
14. Schulungstreffen und wöchentliche Geschäftspräsentationen ..... im Buch
15. Wichtige Formulierungen und Einwandsbehandlung ..... im Buch
16. Warum 90 Prozent der Bevölkerung Network Marketing machen sollten ..... im Buch
17. Vision für Lebensstil und Vorbildsein ..... im Buch
18. Lassen Sie die Tools für sich sprechen ..... im Buch

Anhang 1: Wie man die Anstecknadel „Bestimme dein Leben" und andere 45-Sekunden-Tools nutzt ..... im Buch

Anhang 2: Wie man ein erfolgreiches NWM-Geschäft aufbaut ... mit Spaß und schnell! ..... im Buch

Anhang 3: Kernideen und Redewendungen von Don & Nancy Failla ... im Buch

VORWORT

Die 45-Sekunden-Präsentation ist alles, was man kennen muss, um eine große Organisation aufzubauen. Wer es nicht schafft, diese Präsentation zu erlernen, kann sie einem Freund vorlesen oder sie auf eine Karte schreiben und sie den Freund selbst lesen lassen.

Die 45-Sekunden-Präsentation, die Ihr Leben verändern wird
F: Haben Sie jemals darüber nachgedacht, wie es wäre, „sein Leben selbst zu bestimmen“?
Ich glaube, „sein Leben selbst zu bestimmen“ bedeutet folgendes …
Wenn man die Zeit abzieht, die man zum Schlafen, Pendeln, Arbeiten und für all die Dinge braucht, die man tagtäglich tun muss, bleiben den meisten Menschen nicht mehr als ein oder zwei Stunden pro Tag übrig, um das zu tun, was sie gerne tun möchten, und dann – haben sie denn überhaupt genug Geld dafür?
Wir haben einen Weg entdeckt, wie ein Mensch lernen kann, „sein Leben selbst zu bestimmen“, indem er sich von zu Hause aus ein Geschäft aufbaut, und wir haben dafür ein System entwickelt, das so einfach ist, dass es jeder ausführen kann. Man braucht dabei nichts zu verkaufen, und das Beste daran ist, dass es nicht viel Zeit in Anspruch nimmt. Wenn Sie daran interessiert sind, wenden Sie sich an die Person, die Ihnen dieses Buch gegeben hat.

Außer dieser Präsentation brauchen Sie gar nichts. Ist Ihnen das erst einmal klar, können Sie Ihr Geschäft jedem Menschen vorstellen, denn jeder, wirklich jeder, kann sich ein Geschäft aufbauen, wenn er nur will. Alles, was er dazu braucht, ist ein innerer Antrieb. Denn ohne den erreicht man gar nichts.

Das Geheimnis des Systems liegt darin, nicht zu reden. Reden ist hier Ihr größter Feind. Je mehr Sie reden, desto mehr glaubt der Interessent, dass er niemals tun könnte, was Sie gerade tun. Je mehr Sie reden, umso mehr denkt er, dass er keine Zeit dafür hat. Bedenken Sie: Zeitmangel ist die beliebteste Ausrede der Leute dafür, gar nicht erst damit zu beginnen.

Nachdem Ihr Interessent *die 45-Sekunden-Präsentation* gelesen hat, hat er eventuell Fragen dazu. Egal, was er fragt - wenn Sie antworten, haben Sie schon verloren. Ehe Sie sich's versehen, hat er fünf weitere Fragen parat. Von da an werden Sie nur noch von Thema zu Thema springen! Sagen Sie einfach, dass dazu viele Fragen auftauchen werden, das System aber so angelegt ist, dass es die meisten davon beantwortet. Sorgen Sie dafür, dass die Interessenten erst einmal die ersten vier Serviettenpräsentationen lesen und sich dann wieder an Sie wenden.

Sagen Sie einem Interessenten niemals, er soll das Buch lesen. Er würde es dann nämlich in das Bücherregal stellen und erst wieder hervorholen, wenn er nicht mehr umhin kann. Schlagen Sie ihm vor, die ersten vier Serviettenpräsentationen zu lesen. Das wird er bestimmt gleich tun, und über 90% lesen das Buch dann gleich bis zum Ende durch.

Wenn der Interessent das Buch gelesen hat, wird er Network Marketing verstehen. Das ist wichtig, denn der Hauptgrund, warum die Leute das Geschäft nicht ausüben, ist, dass sie es nicht verstehen. Nun, da sie Network Marketing verstehen, sind sie bereit für Ihre Vorstellung Ihres Vehikels, also Ihrer Firma, Ihrer Produkte und Ihres Marketingplans. Aber ich sagte, Sie bräuchten nichts weiter als *die 45-Sekunden-Präsentation*. Was tun Sie jetzt?

Ab diesem Punkt setzen Sie die Hilfsmittel oder Ihr Team ein, um das Reden für Sie zu übernehmen. Hilfsmittel sind Broschüren, CDs und DVDs Ihrer Firma oder neutrale Tools. Ihr Team ist Ihre unmittelbare Upline, die mit der Person beginnt, die Ihr Sponsor sein wird.

Nehmen wir an, Sie haben Ihren ersten Interessenten! Sie haben ihm *die 45-Sekunden-Präsentation* vorgestellt, und er hat das Buch gelesen. Sie laden ihn zum Mittagessen ein. Sagen Sie ihm, dass Sie auch Ihren Sponsor einladen werden, der das Geschäft für Sie erklären wird.

(Springender Punkt: Wer zahlt nun für das Mittagessen? Natürlich Sie. Denn Ihr Sponsor arbeitet für Sie. Wie oft müssten Sie eigentlich Ihrem Sponsor ein Mittagessen oder Abendessen bezahlen, bis Sie das Geschäft allein erklären können?)

Auf einem Seminar in Deutschland kam ein Mann auf uns zu und meinte: „Nicht nur, dass man gar nichts wissen muss, man kann auch jeden Tag umsonst essen gehen, wenn man für seine Downline arbeitet."

Lassen Sie es sich schmecken, und sehen Sie dabei zu, wie Ihr Geschäft wächst!

KAPITEL 1
Einführung ins Network Marketing

NETWORK MARKETING (NWM) ist heute eine der sich am schnellsten verbreitenden und dennoch am häufigsten missverstandenen Methoden, um Produkte zu den Verbrauchern zu bringen. Vielfach wurde NWM als der Trend der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts bezeichnet. Aber glauben Sie mir: Es steckt noch weit mehr dahinter. Im Jahr 2010 wurden Produkte und Dienstleistungen im Wert von mehr als 200 Milliarden Dollar durch NWM-Unternehmen bewegt. FREUEN SIE SICH AUF NWM im 21. Jahrhundert!

Der Zweck dieses Buches ist es, Ihnen, dem Leser, anhand von Abbildungen und Beispielen zu zeigen, was Network Marketing IST und was es NICHT IST. Wir zeigen Ihnen außerdem, wie Sie es anderen Menschen effektiv, ich wiederhole EFFEKTIV, erklären können.

Dieses Buch sollte als SCHULUNGSHANDBUCH behandelt werden. Es ist als Werkzeug gedacht, das Sie bei der Schulung der Menschen in Ihrer Organisation unterstützen wird. Fügen Sie es zu ihrem Startpaket hinzu.

Ich entwickelte die „Serviettenpräsentationen", die die Grundlagen für dieses Buch darstellen, im Jahre 1973. Ich habe seit 1969 in unterschiedlichem Ausmaß mit Network Marketing zu tun. Das Buch enthält die zehn Präsentationen, die bis jetzt entwickelt wurden.

Bevor ich näher auf die zehn „Serviettenpräsentationen“ eingehe, möchte ich zunächst eine der am häufigsten gestellten Fragen beantworten, die wahrscheinlich die grundlegendste aller Fragen ist:

„Was ist NWM?“ In diesem Buch verwenden wir abwechselnd die Ausdrücke „NWM“ und „Network Marketing“. Sie sind austauschbar.

Lassen Sie uns den Begriff aufschlüsseln. Marketing bedeutet einfach nur, ein Produkt oder eine Dienstleistung vom Hersteller oder Lieferanten zum Konsumenten zu bewegen. Network bezieht sich auf den gesellschaftlichen Einflusskreis einer Person. Der Begriff bezieht sich auch auf die „Network“-Organisation, die Sie aufbauen, während Sie diese Art von Geschäft ausüben. Beim Network Marketing bezahlt Sie die Lieferantenfirma dafür, dass Sie deren Produkte in Ihrem Einflussbereich vermarkten, während sie Ihnen gleichzeitig dabei hilft, ein auf dasselbe Ziel ausgerichtetes Netzwerk von Geschäftsinhabern aufzubauen. Network Marketing ist in den allgemeinen Sprachgebrauch der Wirtschaftswelt eingegangen. Die Bezeichnung ist mittlerweile so bekannt, dass sich leider auch viele illegale Pyramiden- und Kettenverteilungs-Systeme oder Kettenbriefe als Multi-Level-Programme auszugeben versuchen. Wenn auch unberechtigt, so hat das doch zu einem so negativen Brandmal geführt, dass viele neuere NWM-Unternehmen es vorziehen, andere Bezeichnungen für ihre Art des Marketings zu verwenden. Einige der Namen, die Sie hören werden, sind beispielsweise „NETWORK MARKETING“, „Unabhängiges Vertriebspartner-Marketing” und „Freund-zu-Freund-Marketing“.

Im Grunde gibt es nur drei Vorgehensweisen, um ein Produkt zu bewegen. (Halten Sie drei Finger hoch, wenn Sie diesen Punkt demonstrieren.)

1) EINZELHANDEL - Den Einzelhandel kennt jeder - der Lebensmittelladen, die Drogerie und das Kaufhaus. Wenn man in ein Geschäft geht und etwas kauft, dann bezeichnet man das als Einzelhandel.

2) DIREKTVERTRIEB - So werden (allerdings nicht immer) Versicherungen, Kochgeschirr, Enzyklopädien und ähnliche Produkte vertrieben. Fuller Brush, die Avon-Beraterin und Tupper-Partys sind einige Beispiele für Direktvertriebsunternehmen.

3) NETWORK MARKETING - NWM ist das, womit wir uns in diesem Buch beschäftigen. Es sollte nicht mit den zwei anderen Vertriebswegen verwechselt werden, insbesondere nicht, wie es leider häufig geschieht, mit dem Direktvertrieb.

Ein vierter Marketingweg, den man noch zur Liste hinzufügen könnte (halten Sie den vierten Finger hoch), ist der VERSANDHANDEL. Dieser kann auf NWM basieren, wird jedoch häufiger dem Direktvertrieb zugeordnet.

Eine fünfte Art, die auch oft mit NWM verwechselt wird, ist das Pyramidensystem. Tatsache ist, dass PYRAMIDEN ILLEGAL sind! Einer der Hauptgründe hierfür ist ihr Unvermögen, ein Produkt zu bewegen oder eine anerkannte Dienstleistung zu liefern. Wenn kein Produkt bewegt wird, wie kann man das dann überhaupt „Marketing“, geschweige denn „Network Marketing“ nennen! Ein Netzwerk mag es vielleicht sein, aber es ist KEINESFALLS MARKETING!!!

Die meisten Einwände, die Leute gegen einen Einstieg ins Network Marketing haben, beruhen darauf, dass sie die Unterschiede zwischen NWM und Direktvertrieb nicht erkennen. Diese Verwirrung ist verständlich, da die meisten angesehenen NWM-Unternehmen dem Direktvertriebs-Verband angehören.

Vielleicht halten sie NWM sogar für ein Haustürverkaufsgeschäft, weil ihr erster Kontakt darin bestand, dass ein Vertreter bei ihnen an der Haustür klingelte, um ihnen etwas zu verkaufen.

Es gibt einige Merkmale, die NWM von Einzelhandels- und Direktvertriebsfirmen unterscheiden. Ein sehr wesentliches Merkmal ist, dass Sie im NWM zwar Ihr eigener Chef sind, ABER NICHT ALLEIN arbeiten.

Wenn Sie ein eigenes Unternehmen haben und insbesondere wenn Sie es von zu Hause aus betreiben, könnten Sie auf einige erhebliche STEUERVERGÜNSTIGUNGEN Anspruch haben. Wir gehen in diesem Buch nicht auf die STEUERVORTEILE ein. Informationen hierzu erteilen Steuerberater oder die vielen Bücher, die zu diesem Thema geschrieben wurden.

Sobald Sie Ihr eigenes Geschäft haben, kaufen Sie die Produkte zu Großhandelspreisen von der Firma, die Sie repräsentieren. Das bedeutet, dass Sie diese Sachen für den eigenen Bedarf nutzen können (und auch sollten). Viele Menschen schreiben sich anfangs nur deshalb bei einem Unternehmen ein, um zu Großhandelspreisen einkaufen zu können. Und viele von ihnen machen später „ernst".

Da Sie Ihre Produkte im GROSSHANDEL einkaufen, können Sie, wenn Sie wollten, diese Produkte im EINZELHANDEL weiterverkaufen und dabei einen GEWINN erzielen. Das häufigste Missverständnis über NWM beruht auf der Meinung, dass man im Einzelhandel verkaufen MUSS, um erfolgreich zu sein. Es gibt zwar viel, was für den Weiterverkauf spricht und das darf auch nicht unbeachtet bleiben. Manche Programme erfordern sogar das Erreichen einer gewissen Absatzquote, um Anspruch auf eine Vergütung zu haben. Sie dürfen verkaufen, wenn Sie es wollen oder aufgrund der Anforderungen des Marketingplans müssen. Aber hinsichtlich der größeren Einkommensbeträge liegt der wahre Erfolg im Aufbau einer Organisation.

EIN WICHTIGER PUNKT: Lassen Sie den Verkauf als natürliches Ergebnis des Organisationsaufbaus mit einfließen. Viele Leute scheitern, statt erfolgreich zu sein, weil sie es genau andersherum machen. Sie versuchen, die Organisation aufzubauen, indem Sie den Verkauf betonen. Wenn Sie die Serviettenpräsentationen lesen, werden Sie dieses Konzept richtig verstehen lernen.

Das Wort „verkaufen" löst bei etwa 95 Prozent der Menschen negative Assoziationen aus. Bei NWM brauchen Sie die Produkte aber nicht im herkömmlichen Sinne des Wortes zu „verkaufen". Allerdings MÜSSEN PRODUKTE BEWEGT WERDEN, sonst kann keiner etwas verdienen. Manche definieren „verkaufen" als „Fremde ansprechen und ihnen etwas anzudrehen zu versuchen, das sie weder brauchen noch wollen". Deshalb nochmals zur Erinnerung: PRODUKTE MÜSSEN BEWEGT WERDEN, SONST KANN KEINER ETWAS VERDIENEN!

NWM ist eine Abkürzung für Network Marketing. Wenn Sie eine Organisation aufbauen, bauen Sie eigentlich ein Netzwerk (Network) auf, durch das Sie Ihre Produkte leiten können. Der Einzelhandel ist die Basis des Network Marketings. Der Verkauf beim NWM oder Network Marketing erfolgt durch Vertriebspartner, die ihre Produkte an Freunde, Nachbarn und Verwandte VERTEILEN. Sie müssen niemals Fremde ansprechen.

Um ein GROSSES ERFOLGREICHES GESCHÄFT aufzubauen, müssen Ihre Aktivitäten im Gleichgewicht sein: Sie müssen sponsern und Ihr Wissen über NWM weitergeben, während Sie sich gleichzeitig einen Kundenstamm aufbauen, indem Sie Produkte an Freunde, Nachbarn und Verwandte verkaufen.

Versuchen Sie nicht, riesige Produktmengen allein umzusetzen. Denken Sie daran, dass es bei Network Marketing oder NWM darum geht, eine Organisation aufzubauen, in der viele Vertriebspartner jeweils ein wenig verkaufen. Das ist weitaus besser, als wenn einige wenige versuchen, alles selbst zu tun.

Bei praktisch allen Network-Marketing-Unternehmen besteht keine Notwendigkeit, große Summen für Werbung auszugeben. Werbung vollzieht sich fast ausschließlich über Mundpropaganda. Daher haben die Network-Marketing-Unternehmen mehr Geld für Produktentwicklung zur Verfügung und ihre Produkte sind demzufolge qualitativ hochwertiger als ihre Gegenstücke, die man in Einzelhandelsgeschäften findet. Sie können also einen Freund an einem qualitativ hochwertigen Produkt teilhaben lassen, das er vielleicht in ähnlicher Form bereits verwendet. Sie ersetzen dann einfach die alte Marke durch ein Produkt, das Sie aus eigener Erfahrung für besser halten.

Sie sehen also, dass es sich nicht um Haustürverkauf handelt, bei dem man jeden Tag fremde Menschen anspricht. Alle mir bekannten Network- oder NWM-Systeme lehren, dass man einfach Freunde an der Qualität der Produkte oder Dienstleistungen TEILHABEN lässt - darin besteht das ganze „Verkaufen". (Ich bezeichne es auch lieber als „teilhaben lassen", weil es einfach zutreffend ist!)

Ein anderes Merkmal, das NWM vom Direktvertrieb unterscheidet, ist das SPONSERN von weiteren Vertriebspartnern. Im Direktvertrieb und sogar bei einigen NWM-Unternehmen wird es REKRUTIEREN genannt. Doch „sponsern" und „rekrutieren" ist keinesfalls das Gleiche. Sie SPONSERN jemanden und LEHREN ihn dann, das zu tun, was Sie tun - ein EIGENES GESCHÄFT aufzubauen.

Ich betone: Es besteht ein großer Unterschied zwischen dem Sponsern einer Person und darin, sie einfach nur „einzuschreiben". Wenn man jemanden sponsert, dann gehen Sie diesem Menschen gegenüber eine VERPFLICHTUNG ein. Wenn Sie diese Verpflichtung nicht eingehen wollen, dann erweisen Sie dem neuen Berater durch das Einschreiben einen schlechten Dienst.

Sie müssen also WILLENS sein, diesem Menschen dabei zu helfen, sich ein eigenes Geschäft aufzubauen. Dieses Buch ist ein unschätzbares Werkzeug, das Ihnen zeigt, wie man genau das tut.

Der Sponsor hat die VERANTWORTUNG, diejenigen, die er ins Geschäft

bringt, all das zu lehren, was er über dieses Geschäft weiß. Dazu gehören Dinge wie die Produktbestellung, die Buchführung, wie man anfängt, wie man eine Organisation aufbaut und schult, usw. Dieses Buch wird Sie die ganze Zeit begleiten, bis Sie IN DER LAGE SIND, dieser Verantwortung gerecht zu werden. SPONSERN bewirkt das Wachstum in einem NWM-Geschäft. Wenn Ihre Organisation wächst, dann arbeiten Sie darauf hin, ein UNABHÄNGIGER, ERFOLGREICHER Geschäftsinhaber zu werden. Sie sind Ihr EIGENER CHEF!

Bei Direktvertriebsfirmen arbeiten Sie für die Firma. Wenn Sie die Firma verlassen oder wenn Sie umziehen, müssen Sie wieder von vorn anfangen. Bei fast allen NWM-Programmen, die ich kenne, können Sie in eine andere Gegend des Landes ziehen und weiterhin Leute sponsern, ohne den Umsatz zu verlieren, der durch Ihre bisherige Organisation entsteht.

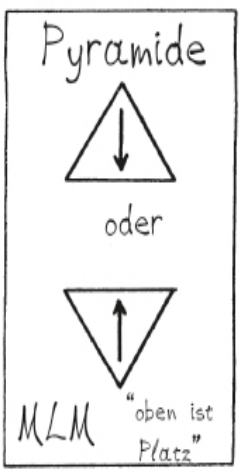
Sie können mit Network Marketing viel Geld verdienen. Bei manchen Firmen dauert es etwas länger als bei anderen, aber man verdient Geld durch den Aufbau einer Organisation und nicht bloß durch den Verkauf des Produkts. Sicherlich kann man bei einigen Firmen allein durch den Verkauf des Produkts gut seinen Lebensunterhalt bestreiten – aber wenn Sie sich auf den Aufbau einer Organisation konzentrieren, können Sie ein VERMÖGEN verdienen.

Manche Leute beginnen ein Network-Marketing-Geschäft mit der Vorstellung, 50, 100 oder gar 200 Euro im Monat zu verdienen. Dann erkennen Sie plötzlich, dass sie 1.000 oder 2.000 Euro im Monat und mehr verdienen können, wenn sie sich ernsthaft auf das Geschäft konzentrieren. Nochmals: Denken Sie daran, dass sich diese höheren Summen nicht allein durch den Verkauf des Produkts verdienen lassen, sondern dass dafür der Aufbau einer Organisation notwendig ist.

UND DAS IST DER ZWECK DIESES BUCHES: Ihnen alles beizubringen, was Sie wissen müssen, um eine Organisation aufzubauen, und zwar SCHNELL. Dazu gehört, dass Sie die richtige Einstellung gegenüber NWM entwickeln und vermitteln. Wenn jemand Network Marketing für illegal hält und es mit einer Pyramide vergleicht (und dieser Vergleich wird leider oft gezogen), dann wird es schwierig für Sie sein, diese Person zu sponsern.
Sie müssen die Fakten vermitteln, um zu verhindern, dass eine echte Network-Marketing-Organisation mit einer Pyramide verwechselt wird. Ein Beispiel, das Sie zur Demonstration verwenden können, findet sich hier. Die Pyramide wird von der Spitze nach unten aufgebaut, und nur die, die von Anfang an dabei sind, können jemals oben stehen.

Im NWM-Dreieck fängt jeder von unten an und hat die Möglichkeit, eine große Organisation aufzubauen.
Ein Neueinsteiger kann eine weitaus größere Organisation aufbauen als sein Sponsor, wenn er es will.

Das Hauptziel ist also, Ihren Interessenten zu einem allgemeinen Gespräch über NWM zu bewegen und ihm mit Ihren drei Fingern die Unterschiede zwischen Einzelhandel, Direktvertrieb und Network Marketing aufzuzeigen. Damit schaffen Sie gute Voraussetzungen, diese Person für Ihre eigene Organisation zu sponsern.



Wie ich bereits verwähnte, hat NWM bis 2010 mehr als 200 Milliarden Dollar jährlich umgesetzt. Das ist ein enormes Geschäft!

Die meisten Menschen haben keine Ahnung, was für ein großes Potential Network Marekting birgt! Network Marketing gibt es bereits seit mehr als 50 Jahren. Einige Unternehmen existieren schon seit über 45 Jahren und setzen jährlich Milliarden von Dollar um.

Ich kenne eine Firma, die in ihrem ersten Jahr über 6,5 Millionen Dollar umsetzte. Im zweiten Jahr waren es schon über 62 MILLIONEN. Für ihr drittes Jahr rechnet die Firma mit 122 MILLIONEN. Sie ist auf dem besten Weg, bis zu ihrem zehnten Jahr einen Jahresumsatz von EINER MILLIARDE zu erreichen. Die Prinzipien, die in diesem Buch erklärt werden, machen dieses Ziel erreichbar und bieten einen ziemlich schnellen Start für jedermann!

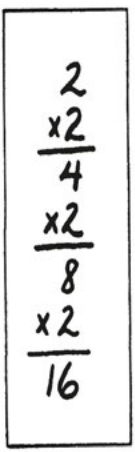
NETWORK MARKETING ist für einen Erfinder oder Hersteller ein realistischer Weg, ein neues Produkt auf den Markt zu bringen, ohne dafür Millionenbeträge einzusetzen oder sein Produkt vollständig jemandem anderen überlassen zu müssen.

NOTIZEN

KAPITEL 2

Serviettenpräsentation Nr. 1
Zwei mal zwei ist vier

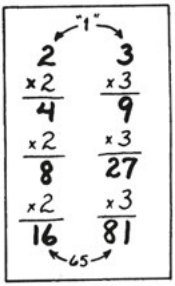
DIES hier können Sie jemandem schon zeigen, bevor er alles andere kennenlernt. Wenn Sie das Geschäft jedoch bereits eingeführt haben, ist es ein absolutes MUSS, diese Präsentation so schnell wie möglich nachzureichen. Schließlich wollen Sie doch, dass das Denken Ihrer Neueinsteiger vom ersten Tag an in die richtige Richtung geht. Diese Präsentation nimmt den Druck weg, der von dem Gedankenansatz kommt, dass man hinausgehen und „die ganze Welt sponsern" muss, um viel Geld im NWM zu verdienen.



Diese Präsentation zeigt Einsteigern außerdem, wie wichtig es ist, mit ihren Neueinsteigern zu arbeiten und ihnen beim Start zu helfen.

Diese Präsentation beginnt damit, dass Sie „2 x 2 = 4" aufschreiben und weiter multiplizieren wie in der Abbildung rechts gezeigt wird.

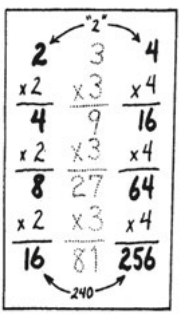
Ich sage an dieser Stelle den Leuten in einem spaßigen Tonfall, wenn jemand nicht einmal das hier tun kann – LASST IHN GEHEN – denn sie würden Schwierigkeiten haben, mit ihm zu arbeiten.



Beachten Sie: Wir fangen nun an, das Wort „sponsern" zu benutzen. Schreiben Sie rechts von der 2 x 2-Säule 3 x 3 auf und sagen Sie: „Hier drüben sponserst du 3 Leute und bringst diesen 3 bei (wir beginnen jetzt auch, das Wort „beibringen" oder „schulen" zu verwenden), ihrerseits auch 3 zu sponsern, womit du 9 weitere dazubekommst. Dann bringst du deinen 3 Leuten bei, den 9 das Sponsern beizubringen, und damit hast du 27. Eine Ebene weiter nach unten hast du 81. Beachte den Unterschied zwischen 16 und 81!"

Weisen Sie Ihre Geschäftspartner darauf ausdrücklich hin und fragen Sie nach, ob sie auch der Meinung sind, dass das ein ziemlich deutlicher Unterschied ist. Dann weisen Sie darauf hin, dass der WIRKLICHE UNTERSCHIED EINS ist! Jeder hat nur EINE PERSON MEHR gesponsert! Sie werden normalerweise einige Reaktionen darauf bekommen, aber machen Sie gleich weiter – denn es kommt noch besser.

„Nehmen wir an, du sponserst vier Leute für das Geschäft." Schreiben Sie rechts von der 3 x 3-Säule eine weitere Säule von Zahlen von oben nach unten, während Sie weitersprechen.



„Schau mal, was passiert, wenn jeder nur ZWEI PERSONEN MEHR sponsert." Während Sie weiterschreiben, sagen Sie: „Du sponserst 4 und bringst diesen bei, auch jeweils 4 zu sponsern. Dann hilfst du deinen 4, den 16 beizubringen, auch jeweils 4 zu sponsern, und damit addierst du 64 zu deiner Gruppe. Arbeitest du dich nur eine Stufe weiter nach unten, dann hat deine Gruppe im Handumdrehen 265 Personen mehr."

Und Sie weisen wieder darauf hin, dass „es jetzt ein erheblicher Unterschied ist, aber der ..."

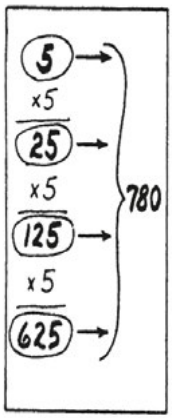
Sie werden erneut Reaktionen erhalten, da Ihre Zuhörer nun anfangen, das Konzept zu begreifen, und sie werden Sie vielleicht unterbrechen und von sich aus sagen: „Der einzige WIRKLICHE UNTERSCHIED ist, dass jeder ZWEI PERSONEN MEHR gesponsert hat!"

Wir beenden das mit 5. Bis dahin werden Ihre Neueinsteiger es normalerweise begriffen haben und sie werden Ihnen geistig und verbal folgen können, wenn Sie die letzte Zahlensäule aufschreiben. An dieser Stelle können Sie auch die Worte „sponsern" und „beibringen" weglassen, wenn Sie die Zahlen niederschreiben. Kommentieren Sie einfach: „5 mal 5 ist 25, mal 5 ist 125, mal 5 ist 625. Nun, ist das nicht ein FANTASTISCHER UNTERSCHIED!" Doch der einzige WIRKLICHE UNTERSCHIED liegt darin, dass jeder nur DREI mehr gesponsert hat.

Die meisten Menschen können sich mit dem Gedanken anfreunden, ein, zwei oder drei Personen zu sponsern, finden es aber normalerweise schwierig, eine Beziehung zu den Zahlen unterm Strich (16, 81, 256 und 625) herzustellen.

Stellen Sie sich daher bei der letzten Säule als derjenige vor, der die Zeit gehabt hat, fünf ernsthaft interessierte Personen für das Programm zu sponsern. Die „5" oben auf der Säule steht für die Personen, die Sie persönlich gesponsert haben und die es ERNST damit meinen, ihr eigenes Geschäft aufzubauen. Sie müssen eventuell 10, 15 oder 20 Leute sponsern, um diese 5 zu finden.

Wenn Sie erst einmal alle zehn SERVIETTENPRÄSENTATIONEN vollkommen begriffen haben, werden Sie feststellen, dass Ihre Leute die ganze Sache erheblich SCHNELLER ernst nehmen werden als Leute, die in die Organisationen kommen, in denen dieses Material unbekannt ist. Dieses Buch wird Sie lehren, mit Ihren Leuten so zu arbeiten, dass sie erheblich SCHNELLER „ernst machen".



Beachten Sie bei der 5er-Zahlenreihe rechts, dass wenn Sie 5 gesponsert haben, die ebenfalls 5 gesponsert haben und so weiter, all diese Zahlen zu addieren sind. Sie haben somit 780 ernsthaft interessierte Leute in Ihrer Organisation. Das hilft Ihnen, diese Frage zu beantworten: „Ja, muss nicht irgend jemand das Produkt verkaufen?“ Sie haben diese Frage bestimmt schon gehört, sogar bevor Sie selbst überhaupt aktiv geworden sind. Gehen Sie diese SERVIETTENPRÄSENTATION einfach mit Ihren Leuten durch und erklären Sie: 2 mal 2 ist 4 ... hoch bis zu 780 Vertriebspartnern.

Für JEDE Network-Marketing-Organisation gilt: Wenn Sie 780 Leute haben, die das Produkt selbst NUTZEN, werden Sie einen enormen Umsatz machen. (Und wir haben noch nicht einmal diejenigen einberechnet, die nicht ernsthaft am Geschäft interessiert, sondern nur reine Produktkäufer sind).

Wenn nun jede dieser Personen 2, 3, 4 oder 5 Freunde hat ... und jeder unter seinen Freunden, Verwandten und Bekannten 10 Kunden findet, macht das 7.800 Kunden! Addieren Sie diese zu den 780 Vertriebspartnern Ihrer Organisation hinzu - glauben Sie nicht auch, dass 8.580 Kunden plus die Produktkäufer Ihnen ein profitables Geschäft einbringen? So kann man in jedem Geschäft viel Geld verdienen - mit vielen Menschen, die alle ein kleines Bisschen tun. Bedenken Sie bei all dem: Sie selbst arbeiten nur mit FÜNF ERNSTHAFT INTERESSIERTEN LEUTEN zusammen und nicht mit einer ganzen Armee!

Wir laufen ständig Networkern von anderen wie auch von unseren eigenen NWM-Unternehmen über den Weg, die erstaunt sind, wie SCHNELL die Organisationen gewachsen sind, die wir selbst aufgebaut haben. Sie sind länger dabei als wir, zerbrechen sich den Kopf und fragen uns: „Was tut ihr, was ich nicht tue?“

Wir entgegnen darauf: „Mit wie vielen Leuten in deiner FRONTLINE arbeitest du zusammen?“ (Die Frontline besteht aus denjenigen Vertriebspartnern, die Sie persönlich gesponsert haben. Sie wird auch „erste Ebene“ genannt.)

Ich höre normalerweise irgendwelche Zahlen von 25 bis 50 und mehr. Ich kenne Networker, die über 100 Personen in ihrer Frontline haben, und ich garantiere Ihnen, dass Sie alle diese Leute innerhalb von sechs Monaten hinter sich lassen werden, wenn Sie erst einmal die Prinzipien dieses Buches verstanden haben, auch wenn sie schon seit sechs oder acht Jahren in Ihrer Organisation sein mögen. Bevor wir zur Serviettenpräsentation Nr. 2 übergehen, die sich mit dem „Verkäufer-Misserfolgs-Syndrom" im Network Marketing beschäftigt, möchte ich Ihnen an einem Vergleich aufzeigen, warum es nicht gut ist, so viele Leute in der Frontline zu haben.

Sehen Sie sich die ARMEE, die MARINE, die LUFTWAFFE, die MARINE-INFANTERIE oder die KÜSTENWACHE an. Vom einfachen Soldaten bis hin zum höchsten Tier im Verteidigungsministerium sind niemandem mehr als fünf oder sechs Leute zur DIREKTEN Betreuung unterstellt. (Es mag einige seltene Ausnahmen geben.) Denken Sie mal darüber nach! Es gibt bei uns in den USA Militärstandorte wie West Point und Annapolis, wo man über mehr als 200 Jahre Erfahrung verfügt, und dennoch vertritt man dort die Meinung, dass niemand mehr als fünf oder sechs Personen betreuen sollte. Also erklären Sie mir bitte, wieso Menschen bei einem NWM-Unternehmen einsteigen und glauben, effektiv mit 50 Leuten in ihrer Frontline arbeiten zu können. Sie KÖNNEN ES NICHT! Deshalb scheitern viele von ihnen, und Sie werden auch gleich erfahren, warum.

Sie sollten nicht mit mehr als 5 ernsthaft interessierten Personen zur gleichen Zeit arbeiten. Stellen Sie jedoch sicher, dass Sie gleich, nachdem Sie sie gesponsert haben, beginnen „in die Tiefe zu arbeiten", ihre Gruppe also weiter nach unten hin ausbauen. Es wird ein Punkt kommen, an dem diese Menschen Sie nicht mehr brauchen und wegbrechen, um auf eigene Faust eine weitere Linie aufzubauen. Das gibt Ihnen den Freiraum, um sich wieder auf eine andere ernsthaft interessierte Person zu konzentrieren, wobei Sie die Zahl derer, mit denen Sie eng zusammenarbeiten, bei etwa fünf belassen. Manche Programme erlauben es Ihnen, mit nur 3 oder 4 Leuten effektiv zu sein, aber ich kenne keinen, der mit mehr als 5 einen effektiven Organisationsaufbau zulässt.

Diese SERVIETTENPRÄSENTATIONEN sind miteinander verflochten, deshalb werden sich einige Fragen, die Sie an dieser Stelle eventuell haben, beim Weiterlesen des Buches klären.

NOTIZEN

NOTIZEN

KAPITEL 3

Serviettenpräsentation Nr. 2
Das Verkäufer-Misserfolgs-Syndrom

WARUM scheitern so viele Verkäufer, wenn sie sich im Network Marketing versuchen? Diese zweite Präsentation zeigt die häufigsten Fehler auf, die verkaufsorientierte Profis machen.

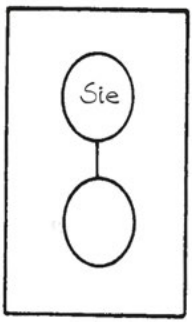
Lassen Sie mich erklären, warum wir lieber zehn Lehrer statt zehn Verkäufer sponsern würden. VERSTEHEN SIE MICH jetzt NICHT FALSCH. Ich denke, dass professionelle Verkäufer ein enormer Gewinn für Ihre Organisation sein können, vorausgesetzt, sie gehen wie alle anderen die 10 Serviettenpräsentationen durch und begreifen sie auch vollständig.

Die meisten Menschen sind verwirrt, wenn sie die obige Aussage hören, aber denken Sie daran, dass NWM eine METHODE des Marketing ist. Wir sponsern die Leute NICHT in eine Direktvertriebs-Organisation. Wir sponsern sie in ein Network-Marketing-Programm.

Das Problem, das Sie mit einem Verkäufer haben werden, sieht meistens folgendermaßen aus: Wenn er die hohe Qualität der Produkte sieht, die Sie vertreten, wird er sozusagen einfach aufbrechen und loslegen. Er kann seine eigene Präsentation zusammenstellen und braucht uns nicht, um ihm zu erklären, wie man so etwas verkauft; er ist der Profi. Wir wollen ihm aber gar nicht erklären, wie man verkauft. Wir wollen ihm nur beibringen, wie man andere SPONSERT und LEHRT und wie man eine große, erfolgreiche NWM-Organisation aufbaut. Und das kann er, wie jeder andere auch, tun, OHNE JEMALS ETWAS im herkömmlichen Sinne des Wortes ZU VERKAUFEN.

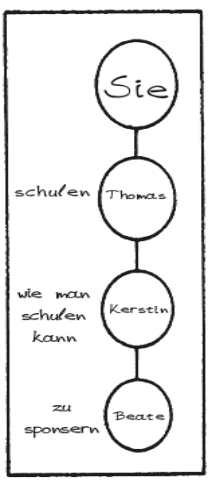
Wenn Sie sich mit jemandem nicht einmal hinsetzen können, um ihm einige einfache Dinge über Network Marketing zu erklären und klarzustellen, inwieweit es sich vom Direktverkauf unterscheidet, dann werden diese Leute oft in die falsche Richtung stürmen. Im Verlauf der weiteren Serviettenpräsentationen werde ich Ihnen dazu einige Beispiele geben.

Die meisten Leute (vor allem Verkäufer) glauben: Wenn sie jemand sponsern, haben sie ihre Arbeitskraft dupliziert. (Zeichnen Sie zwei Kreise untereinander.) Da war einer, und nun sind da zwei. Das klingt logisch, aber es STIMMT NICHT.



Der Grund, warum das nicht stimmt: Wenn derjenige weggeht, der den oberen Kreis darstellt (Sponsor), geht derjenige, der gesponsert wurde, ebenfalls. Er macht nicht weiter. Sie müssen Ihren Interessenten erklären, dass sie mindestens DREI EBENEN TIEF gehen müssen, wenn sie sich wirklich DUPLIZIEREN wollen.

Wenn Ihr Sponsor aussteigt, bevor Sie die Gelegenheit hatten festzustellen, ob das Programm wirklich funktioniert, werden Sie sehr wahrscheinlich davon ausgehen, dass es nicht funktioniert, weil er damit nicht erfolgreich war. Schließlich ist er Ihr Sponsor und weiß bestimmt mehr darüber als Sie.



Nehmen wir an, Sie sind hier. (Zeichnen Sie einen Kreis und schreiben Sie ein „Sie“ hinein.) Sie sponsern Thomas. (Zeichnen Sie einen weiteren Kreis unter den mit „Sie”, schreiben Sie „Thomas“ hinein und verbinden die Kreise mit einer Linie.) Wenn Sie jetzt gehen und Thomas weiß nicht, was er tun soll (weil Sie ihm nichts beigebracht haben), dann ist die Sache zu Ende. Wenn Sie Thomas aber SCHULEN, wie man sponsert, und er sponsert Kerstin, FANGEN SIE GERADE AN, sich zu duplizieren.

Wenn Thomas jedoch nicht lernt, Kerstin darin zu schulen, wie man sponsert, wird die Sache ebenfalls im Sande verlaufen. Sie müssen Thomas schulen, WIE er Kerstin SCHULT zu sponsern. Dann kann sie Beate oder wen auch immer sponsern.

Jetzt sind Sie DREI EBENEN TIEF. Wenn Sie weggehen (weil Sie umziehen oder um mit jemand anderem zu arbeiten), wird diese Untergruppe weiter bestehen. Ich betone: SIE MÜSSEN DREI EBENEN NACH UNTEN AUFBAUEN! Sie haben nichts, bis Sie drei Ebenen nach unten geschaffen haben, nur dann haben Sie sich DUPLIZIERT.

Wenn Sie den Leuten, die Sie sponsern, nichts weiter klarmachen außer diesem einen Punkt, dann sind Sie dem Erfolg schon viel näher als die meisten anderen Leute in Network-Marketing-Programmen.

Beim Verkäufer läuft das dagegen so ab: Er sieht sich die Produkt-Demonstrationen an, hört oder liest die Aussagen von Nutzern, welche Ergebnisse sie mit den Produkten erzielt haben und wie sie funktionieren. Bewaffnet mit diesen Informationen wird er Sie aus seinem Weg schieben und er wird losstürmen und wie verrückt verkaufen. Vergessen Sie nicht, dass er schließlich ein VERKÄUFER ist! Er hat Erfahrung im Direktverkauf und hat keine Hemmungen davor, Fremde anzusprechen.

Ist doch super! Also sagen Sie zu Ihrem Super-Verkäufer (nennen wir ihn Charlie): „Charlie, wenn du das GROSSE GELD verdienen willst, dann kannst du das nicht allein tun. Du musst andere sponsern."

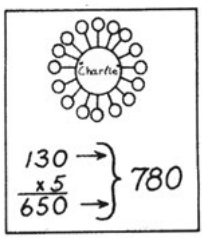
Und was macht Charlie? Er geht raus und sponsert und sponsert und sponsert ... Er sponsert wie ein Weltmeister. Ein guter „Verkäufer" in einem Network-Marketing-Programm kann durchaus drei oder vier neue Leute pro Woche sponsern.

Doch dann passiert folgendes: Es kommt zu einem Punkt (und das dauert nicht lange), an dem die Einsteiger so schnell wieder aussteigen, wie sie hinzugefügt werden. Wenn Sie mit ihnen nicht EFFEKTIV arbeiten (und das können Sie nicht, wenn Sie versuchen, mit mehr als fünf gleichzeitig zu arbeiten), dann können Sie zusehen, wie schnell sich Ihre Neueinsteiger entmutigen lassen und aufgeben.

Charlie, der nun auch entmutigt ist und ein bisschen ungeduldig wird, findet, dass die Sache einfach nicht vorankommt, und er macht sich auf, um sich nach etwas anderem umzuschauen, was er verkaufen könnte. Charlies Sponsor, der dachte, Charlie würde ihn reich machen, wird nun ebenfalls entmutigt aufgeben.

Die meisten Menschen, die im NWM groß herausgekommen sind, hatten keine Verkaufserfahrung. Auch wenn nicht alle vom Beruf her LEHRER waren, hatten die meisten von ihnen doch einen Hintergrund, der ein Element des Lehrens enthielt. Ich kenne einen Lehrer und Schuldirektor, der nach nur 24 Monaten in einem NWM-Unternehmen über 15.000 DOLLAR PRO MONAT verdiente. Er tat das und tut das nach wie vor, indem er ANDEREN BEIBRINGT, dasselbe zu tun wie er.

Schreiben wir ein paar Zahlen in Charlies Ansatz, so dass wir klarer sehen, woran er gescheitert ist. Nehmen wir an, dass Charlie, als der Super-Verkäufer, der er nun mal ist, hinausging und 130 Leute sponserte. Nehmen wir weiter an, dass er jeden von diesen dazu brachte, åfünf weitere zu sponsern, wodurch sie 650 weitere Leute zu seiner Organisation hinzufügten. Das ergibt insgesamt 780. (Hört sich das bekannt an?)



Stellen Sie Ihren neuen Leuten folgende Frage, wenn Sie ihnen dies zeigen: „Was meinen Sie, könnten Sie schneller: Fünf ernsthaft interessierte Personen sponsern und IHNEN BEIBRINGEN, WIE MAN ANDEREN ALLES BEIBRINGT oder ...?“

Meistens kommt in diesem Zusammenhang die Frage auf: „Was genau bringe ich ihnen bei?“ Die Antwort ist: „Sie bringen ihnen das bei, was Sie gerade hier aus diesem Buch lernen, die zehn SERVIETTENPRÄSENTATIONEN. Sie müssen alle zehn Präsentationen verstehen, aber für den Anfang genügen auch die ersten vier.“

Bringen Sie ihnen bei, dass 2 mal 2 vier ist, und warum Menschen scheitern. Wie lang meinen Sie, bräuchten Sie, um 130 Leute zu sponsern? Wie viele von den Ersten wären schon wieder weg, wenn Sie bei Nummer 130 angelangt wären? Sie werden feststellen, dass Sie die Leute ziemlich schnell verlieren würden. Andererseits werden Sie entdecken, dass die Verbleibquote bei den 780 aus der Serviettenpräsentation Nr. 1 ziemlich hoch ist.
Wenn Sie das einem Verkäufer zeigen und er es versteht, wird er sagen: „Aha! Nun sehe ich, was ich tun muss“ - und er wird es tun.

ACHTUNG: Sie müssen solche Leute zurückhalten. Wenn so jemand nicht versteht, was wir in diesem Kapitel durchgenommen haben, wird er seine Neueinsteiger buchstäblich aus dem Geschäft herausloben! Er sponsert jemanden, und der neue Vertriebspartner kommt an und sagt: „Hurra, ich habe letzte Woche fünf neue Leute gefunden!” Der Sponsor sagt: „Super!“ und klopft ihm anerkennend auf die Schulter. In der nächsten Woche schreibt der Neue fünf weitere Leute ein. Was ist aus den fünf der ersten Woche geworden? Sie sind schon wieder weg.

Wenn Sie dieses „Verkäufer-Misserfolgs-Syndrom“ verstehen, können Sie Ihre Neuen trotzdem ermutigen, doch betonen Sie immer im selben Atemzug, wie WICHTIG es ist, den ersten fünf Gesponserten BEIM START ZU HELFEN. Nachdem ich jemand gesponsert habe, ist es für mich wichtiger, dieser Person ZU HELFEN, jemand anderen zu sponsern, als selbst eine weitere Person zu sponsern. Ich kann diesen Punkt nicht stark genug betonen. Ich werde auch in den anderen Präsentationen immer wieder darauf zurückkommen.

Von den zehn Serviettenpräsentationen sind die ersten vier ein wirkliches MUSS. Wenn Sie keine Zeit für alle haben, beginnen Sie wenigstens mit Nr. 1 und Nr. 2 (Kapitel 2 und 3). Je nachdem, wie ausführlich Sie die Inhalte erklären, können Sie diese beiden Präsentationen in fünf bis zehn Minuten zeigen, sobald Sie sie eingeübt haben.

Bei einem der Programme, an denen ich mitgemacht habe, sponserte ich einen Typ namens Carl. Carl erzählte mir, er wollte seine Tochter in Tennessee spon-

sern, denn sie würde jeden in der Stadt kennen. Ich sprach mit Carl am Telefon und sagte zu ihm, dass das super sei. Ich sagte jedoch schnell, dass ich ihm noch etwas sagen müsste, was er an seine Tochter weitergeben sollte. Ich bat ihn, ein Blatt Papier und einen Stift zur Hand zu nehmen (was er tat), und ließ ihn aufschreiben: 2 x 2 = 4 und die ganze Reihe durch. Dann sagte ich ihm, er solle seine Tochter anrufen und sie über die Fehler informieren, die man vermeiden muss, damit man von Anfang an die richtige Richtung einschlägt. Er rief sie an, und bis heute läuft die Sache für beide gut.

NOTIZEN

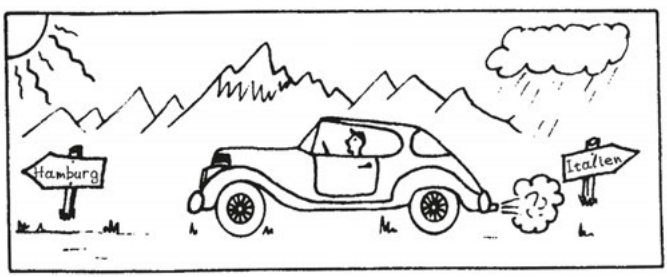
NOTIZEN

KAPITEL 4

Serviettenpräsentation Nr. 3
„Vier Dinge, die Sie tun müssen“

IN DER ERSTEN PRÄSENTATION erläuterten wir Ihnen einige der Dinge, die man TUN MUSS. In der zweiten Präsentation erläuterten wir Ihnen einige der Dinge, die man NICHT TUN DARF, soweit es um das Arbeiten in die Tiefe Ihrer Organisation geht. In dieser Servietten-Präsentation zeigen wir Ihnen vier Dinge, die Sie TUN MÜSSEN, um in einem NWM-Programm erfolgreich zu sein. Diese vier Dinge sind ein absolutes MUSS!

Jeder, der im Network Marketing 100.000 oder 200.000 Euro im Jahr (und mehr) verdient, TAT und TUT diese vier Dinge.



Damit Sie diese vier Dinge im Gedächtnis behalten, arbeite ich diese Punkte in eine Geschichte ein, die Sie Ihren Leuten weitererzählen können. Ihre Zuhörer werden nicht nur die Parallelen erkennen, sondern sie werden auch die vier „Dinge, die man tun muss“ im Gedächtnis behalten.

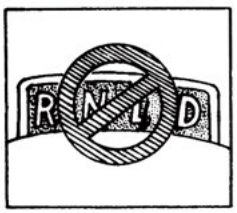
Die Geschichte geht folgendermaßen: „Stellen wir uns vor, Sie wollen einen Ausflug mit dem Familienauto machen, das verregnete Hamburg hinter sich lassen (auch wenn es nicht so schlimm ist, wie manche Leute sagen) und ins sonnige Italien fahren. Der Sonnenschein in Italien steht hier für das Ziel, die Spitze Ihres Unternehmens zu erreichen. Wenn Sie dort ankommen, sind Sie ERFOLGREICH - Sie sind GANZ OBEN!

Das ERSTE, was Sie tun müssen, ist EINSTEIGEN und STARTEN. Niemand hat jemals das große Geld im NWM verdient, ohne erst einmal gestartet zu haben. Der Geldbetrag, den man braucht, um anzufangen, hängt von der Firma ab, die Sie sich als Ihr „Fahrzeug" aussuchen. Er kann von Null über 12, 50, 45, 100 oder 200 Euro bis hin zu 500 Euro oder mehr betragen.

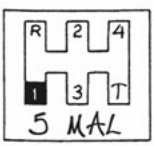
Das ZWEITE, was Sie tun müssen, wenn Sie diesen Ausflug unternehmen wollen, ist, BENZIN und ÖL zu kaufen. Auf Ihrem Weg zum Ziel (Italien) werden Sie Benzin und Öl (Produkte) verbrauchen, und es wird notwendig sein, diese nach Bedarf nachzukaufen. NWM funktioniert am besten mit Produkten, die man VERBRAUCHT. Sie werden die Produkte aufbrauchen und müssen sie somit immer wieder nachkaufen. Sie müssen DIE PRODUKTE des Unternehmens, das Sie vertreten, SELBST NUTZEN.

Sie werden sich erinnern, dass wir Ihnen in der S.P. Nr. 1 gezeigt haben, dass es mit 780 Vertriebspartnern egal ist, mit welchem Unternehmen Sie zusammenarbeiten. Sie werden immer einen großen Umsatz haben. Naturgemäß bietet ein Vehikel mit Verbrauchsprodukten Vorteile für den Geschäftsaufbau. Die meisten NWM-Unternehmen bewegen sich in dieser Sparte. Waren, die keine Verbrauchsgüter sind werden meistens, aber nicht immer, eher durch Methoden des Einzelhandels oder des Direktvertriebs vermarktet.

Ein weiterer Effekt der Eigennutzung der Produkte ist, dass Sie von ihnen begeistert sein werden. Anstatt große Geldsummen für Werbung auszugeben, investieren NWM-Unternehmen ihr Geld nämlich in die Produktentwicklung. Sie stellen daher qualitativ hochwertigere Produkte her als man normalerweise im Einzelhandel erhält.

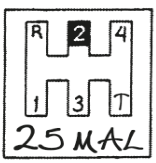


ALS DRITTES müssen Sie die Gänge HOCHSCHALTEN. Natürlich wissen Sie, dass man nicht in einem HOHEN GANG anfährt. Wir alle würden zunächst im Leerlauf starten. (Nehmen Sie übrigens zur Kenntnis, dass wir kein Automatikgetriebe haben). Wenn wir in der Hauseinfahrt im Auto sitzen, den Schlüssel herumgedreht haben und der Motor läuft, müssen wir in den ersten Gang schalten, sonst kommen wir nie in Italien an – und auch nirgendwo anders. Um Ihr Vehikel in den ersten Gang zu schalten, müssen Sie jemand sponsern. Wenn Sie eine Person gesponsert haben, sind Sie im ERSTEN GANG.

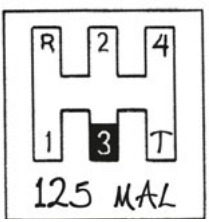


Nach Adam Riese sollten Sie fünf Mal in den ersten Gang schalten, mit fünf ERNSTHAFT interessierten Menschen. In einer der anderen Präsentationen werde ich Ihnen zeigen, wie Sie erkennen, welche Ihrer Leute es ernst meinen. Sie werden sehen wollen, dass Ihre fünf Leute AUCH einen Gang einlegen.

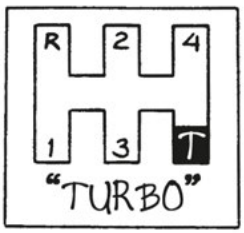
Sie SCHULEN Ihre fünf Einsteiger also, wie man den ersten Gang einlegt, indem man jemanden sponsert. Wenn jede Ihrer fünf neuen Personen fünf Mal in den ersten Gang geschaltet hat, haben Sie selbst 25-mal den ZWEITEN GANG eingelegt.



Schulen Sie Ihre fünf Leute, jeweils ihre eigenen fünf darin zu schulen, fünfmal den ersten Gang einzulegen. Damit übt jeder von ihnen 25mal, wie man den zweiten Gang einlegt, was Sie selbst 125-mal in den DRITTEN GANG bringt. Wenn Sie eine dritte Ebene von Vertriebspartnern in Ihrer Organisation haben, dann fahren Sie im DRITTEN GANG.

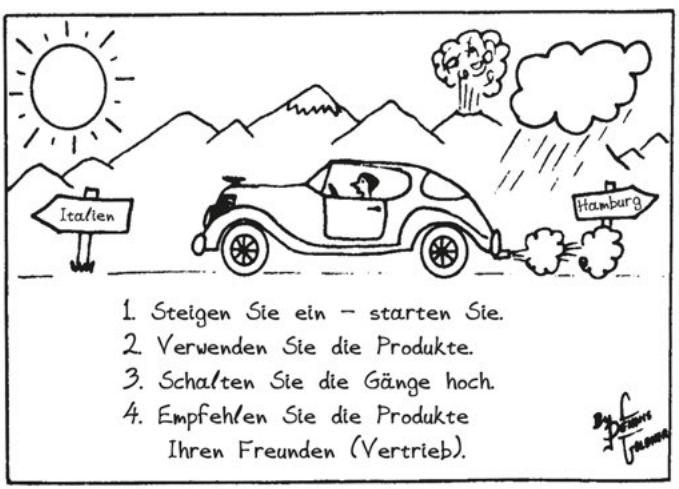


Haben Sie bemerkt, wie viel runder Ihr Auto im vierten Gang läuft? So ist es auch mit Ihrer Organisation! Sie möchten so schnell wie möglich in einem HOHEN GANG (dem vierten Gang) fahren. Wenn Ihre ersten Ebenen im dritten Gang sind, dann fahren Sie im VIERTEN GANG.



Natürlich möchten Sie, dass Ihr Team auch im HOHEN oder VIERTEN GANG fährt - denn dann sind Sie im TURBOGANG! Wie kommen Sie in den TURBOGANG? Sie HELFEN den Menschen, die Sie gesponsert haben, dabei, ihre jeweiligen Leute darin zu SCHULEN, wie man den DRITTEN GANG einlegt, wodurch Ihre eigenen Leute in den VIERTEN GANG kommen, was Sie selbst in den TURBOGANG versetzt.

Das VIERTE, was Sie auf Ihrer Fahrt nach Italien tun müssen, ist: Nutzen Sie die Zeit, um die Menschen, die Sie begleiten, an Ihren Produkten TEILHABEN ZU LASSEN. Lassen Sie Ihre Wegbegleiter die Produkte probieren und dadurch deren Vorteile kennen lernen. Wenn sie wissen wollen, wo sie die Produkte kaufen können ..., raten Sie mal, was Sie dann tun? Lassen Sie Ihre Freunde einfach teilhaben an den Dingen, von denen Sie überzeugt sind. Für viele ist das der Weiterverkaufs-Teil des Geschäfts.



An diesem Punkt ist es wichtig, dass Sie Folgendes erkennen: Während wir die Serviettenpräsentationen Nr. 1 und Nr. 2 durchgegangen sind und jetzt Präsentation Nr. 3, haben wir Ihnen die VIER DINGE mitgeteilt, DIE SIE TUN MÜSSEN, um erfolgreich zu sein. Wir haben Ihnen kein einziges Mal gesagt, dass Sie losgehen und VERKAUFEN MÜSSEN. Wir behaupten, dass Sie die Produkte nicht im normalen Sinne des Wortes „verkaufen" müssen. Wir SAGEN ALLERDINGS, dass Sie Ihre Freunde an den Produkten TEILHABEN LASSEN müssen. Das können Sie auch mit Fremden tun. Wenn diese die Vorteile Ihrer Produkte und Ihres Marketingplans sehen, werden sie künftig zu NEUEN FREUNDEN werden.

Sie brauchen keine große Anzahl von Kunden ... 10 oder sogar noch weniger genügen. Wenn Sie nie mehr als 10 Kunden haben, ist das völlig in Ordnung. Das bedeutet lediglich, dass Punkt Nummer Vier (siehe nächste Seite) einen sehr kleinen Teil darstellt. Wenn wir alle vier Punkte zusammennehmen, stellen wir fest, dass Sie immer noch nach Italien kommen wenn Sie nur die ersten drei ausführen.

BEACHTEN SIE JEDOCH: Wenn Sie Nummer Drei nicht machen (in einen HOHEN GANG kommen), dafür aber viel von Nummer Vier, kommen Sie niemals aus der Einfahrt heraus (so ergeht es Verkäufern). Wenn Sie das verstanden haben und Nr. 1 und Nr. 2 einbinden, bekommen Sie allmählich die richtige Einstellung zum NWM.

Wenn Sie mit Ihrem Neueinsteiger am Startfeld stehen, sollten Sie dafür sorgen, dass sich in dessen Unterbewusstsein die NUMMER „5" festsetzt. Alles, was Sie dazu tun müssen, ist, fünf ernsthaft interessierte Menschen zu finden, die wirklich ins Geschäft einsteigen wollen.

Wenn Sie andere Networker treffen und sie fragen, wie es ihnen geht, bekommen Sie unter Umständen die Antwort: „Mensch, ich kann niemand finden, der verkaufen will." Da ist wieder das Wort „verkaufen"! HÖREN SIE AUF, nach Leuten ZU SUCHEN, die verkaufen wollen! FANGEN SIE AN, nach

Leuten ZU SUCHEN, die sich zusätzliche 600, 1.200 oder 1.500 Euro pro Monat verdienen möchten, ohne jeden Tag „zur Arbeit gehen“ zu müssen. Kennen Sie jemanden - oder kennen Sie jemanden, der jemanden kennt - der das möchte? Ihre und deren Antwort wird wie meine Antwort lauten: „Ja, jeder!“ Und genau das sind die Menschen, mit denen Sie sprechen sollten, weil jeder gerne so eine Einnahmequelle hätte.

Weisen Sie einfach darauf hin, dass fünf bis zehn Stunden pro Woche ihrer Freizeit nötig sind, um sich ein Geschäft aufzubauen. Doch darauf folgt gleich die Frage: „Was ist der Haken daran?”

Manchmal steigen Leute in NWM-Unternehmen ein und glauben, dass alles irgendwie von selbst passieren wird, nur weil sie sich eingeschrieben haben. So läuft es nicht! Sie wissen doch noch: Das Auto, mit dem wir nach Italien fahren, hat KEIN AUTOMATIKGETRIEBE.

Ich kenne - und Sie sicherlich auch - Personen, die zur Universität gegangen sind, um einen akademischen Grad zu erwerben. Daran ist nichts falsch. Vielleicht sind Sie einer von ihnen. Sie gehen also jeden Tag zur Schule. Sie studieren den ganzen Tag und die halbe Nacht, Woche für Woche, jahrelang. Wenn Sie dann endlich Ihr Diplom haben, wie viel Geld können Sie damit verdienen?

Investieren Sie deshalb wöchentlich fünf bis zehn Stunden Ihrer Zeit dem LERNEN. Eignen Sie sich die zehn Serviettenpräsentationen an und lernen Sie alles, was Sie über „Ihr“ NWM-Unternehmen in Erfahrung bringen können. Wenn Sie den Stoff lernen und verstehen, können Sie die Serviettenpräsentationen anderen beibringen. Das Buch, das Sie gerade lesen, ist der Schlüssel für den Erfolg von morgen.

Wir wollen nicht, dass Sie nervös werden bei dem Gedanken, Sie könnten anderen nicht beibringen, was Sie hier lernen. Möglicherweise ist es das erste Mal, dass Sie von diesen Konzepten hören. Wir können wirklich nicht von Ihnen erwarten, alles so gut zu begreifen, dass Sie es weitervermitteln können. Und das MÜSSEN Sie auch NICHT!

Sie wissen doch noch: Um ins Network Marketing einzusteigen, müssen Sie einen SPONSOR haben. Wenn Ihr Sponsor ein WIRKLICHER Sponsor ist, wird er Ihnen mit Ihren ersten 5 Leuten helfen. Beachten Sie: Es ist eine UNTERSTÜTZENDE BEZIEHUNG. Während Ihr Sponsor Ihren Neueinsteigern die Serviettenpräsentationen zeigt (im Zweiergespräch oder in Gruppen) bildet er dabei auch Sie aus.

Wir raten Ihnen, sich selbst ein Ziel zu setzen. Wenn Sie ungefähr 20 Prozent der Karriereleiter in Ihrem Unternehmen hochgestiegen sind, sollten Sie die zehn SERVIETTENPRÄSENTATIONEN KENNEN und VERSTEHEN. Bis zu dem Zeitpunkt, an dem Sie drei Viertel des Weges geschafft haben, sollten Sie in der Lage sein, andere ZU SCHULEN. Wenn Sie an der Spitze oder in der Nähe der Spitze angelangt sind, werden Sie in der Lage sein, Ihr Team darin zu SCHULEN, WIE MAN ANDERE SCHULT. Das ist eine sehr wertvolle Fähigkeit, die Sie sich innerhalb eines relativ kurzen Zeitraumes ANEIGNEN können.

Mit diesem Buch und/oder einer CD zum Thema können Sie sich hinsetzen und lesen und lernen oder Sie können sich diese CD immer wieder anhören. Wenn Ihnen jemand den „Auftrag" erteilen würde, genau das zu tun, und Sie den Stoff fünf-, sechs- oder sogar zehnmal durcharbeiten müssten, und wenn Sie in einem Jahr dafür zwei, drei oder gar zehn TAUSEND EURO PRO MONAT bekämen, würde es sich lohnen, dafür jetzt fünf bis zehn Stunden pro Woche zu investieren?

Sie werden doch sicher zugeben, dass das eine sehr angenehme Art und Weise ist, „zur Schule zu gehen", nicht wahr? Schauen Sie mal in Lehrbücher von Universitäten und versuchen Sie, deren Inhalte zu lernen ... und Sie werden mit dem Wissen bei weitem nicht so viel Geld verdienen!

Willkommen an der NWM-Universität!

VIER DINGE, DIE SIE TUN MÜSSEN

1. Steigen Sie ein - starten Sie.
2. Verwenden Sie die Produkte.
3. Schalten Sie die Gänge hoch.
4. Empfehlen Sie die Produkte Ihren Freunden (Vertrieb).

NOTIZEN

Sie haben nun die ersten vier Kapitel gelesen und wollen unbedingt wissen, wie es weitergeht?

Dann können Sie das ganze Buch hier kaufen …

45Sekundentools.de

45Sekundentools.de

DIE 45 SEKUNDEN PRÄSENTATION

Die ersten 4 Kapitel

ÜBER 5 MILLIONEN MAL VERKAUFT

Was als einfaches Werkzeug zum Aufbau ihres eigenen Networks im Jahr 1981 begann, ist zu einem wahren Network-Marketing-Bestseller geworden. Die 30ste Jubiläumsausgabe enthält zwei neue Kapitel, die Ihnen helfen außergewöhnliche Ergebnisse, weit über das normale Wachstum hinaus, zu erzielen.

WORAUF FREUEN SIE SICH ZURZEIT?

- Etwa auf einen weiteren Tag, an dem Sie unsanft von Ihrem Wecker aus dem Bett geklingelt werden?
- Auf einen weiteren Tag, an dem Sie Ihre Kinder tagsüber in fremde Obhut geben müssen?
- Auf einen weiteren Tag, an dem Sie für jemand anderen arbeiten müssen?
- Auf einen weiteren Tag, den Sie nicht mit Ihrer Familie verbringen können?
- Auf ein weiteres Jahr ohne richtigen Urlaub?
- Auf einen weiteren Tag, an dem Sie Angst vor Ihrer Zukunft haben?

WORAUF KÖNNEN SIE SICH FREUEN?

- Aufzuwachen mit völlig neuen Perspektiven im Leben!
- Da zu sein um Ihre Kinder aufwachsen zu sehen!
- Selbstbewusst im Leben zu stehen und für sich zu arbeiten!
- Zeit mit Ihrer Familie verbringen zu können!
- Ausreichend Zeit und Geld für Urlaub zu haben!
- Echte Zukunftspläne zu schmieden!

DON & NANCY FAILLA

Don ist der Autor des über 5 Millionen mal verkauften und in mehr als 20 Sprachen erhältlichen Network-Marketing-Bestsellers *"Die 45Sekunden Präsentation - Die Ihr Leben verändern wird"*. Zusätzlich hat er unzählige weitere Werke verfasst in denen er anderen lehrt ,wie sie Ihr Leben selbst bestimmen können. Nancy ist zur Zeit CEO aus Freude an der Tätigkeit und arbeitet als Network Marketing Trainerin und Motivationsrednerin.

Gemeinsam haben Don und Nancy eine komplette Linie von Network-Marketing-Hilfsmitteln geschaffen. In weniger als 16 Jahren haben Sie sich eine Downline mit mehr als 800.000 Vertriebspartner aufgebaut. Im Moment wächst Ihre Organisation um über 3000 neue Partner pro Monat an. Ihr System funktioniert.

MLM-TRAINING.com ***www.45sekundentools.de***

© der deutschen Ausgabe bei Life Success Media GmbH 6020 Innsbruck, Austria