

---

***NETWORK - MARKETING***

---

***HANDBUCH***

---

von Don Failla

## ***Inhaltsverzeichnis***

- 1.** *Einführung in den Strukturvertrieb (Network Marketing)*
- 2.** *Die 10 Goldenen Regeln*
  - 2.1.** *Zwei mal zwei ist vier*
  - 2.2.** *Das Verkäuferversagensyndrom*
  - 2.3.** *Drei Dinge, die Sie tun müssen*
  - 2.4.** *Bauen Sie auf Stein*
  - 2.5.** *Schiffe auf hoher See*
  - 2.6.** *Die Einladung Dritter*
  - 2.7.** *Wo Sie Ihre Zeit investieren sollten*
  - 2.8.** *Begeisterung ist ansteckend*
  - 2.9.** *Motivation und Einstellung*
  - 2.10.** *Das Pentagon des Wachstums*
- 3.** *Zurück zur Schule*
- 4.** *Zahlenspiele, die Argumente untermauern*
- 5.** *Regelmässige Trainings*
- 6.** *Geschäftspräsentation*
- 7.** *Wie Sie mit Einwänden umgehen*

# 1. Einführung in den Strukturvertrieb

Der Strukturvertrieb (Network-Marketing) ist heutzutage einer der am schnellsten wachsenden, aber auch am häufigsten mißverstandenen Methoden, Produkte zu bewegen. Von vielen wurde diese Art von Marketing als „Welle der Achtziger“ bezeichnet.

Bis zu den `90ern wurden Produkte im Wert von mehr als **100 Milliarden Dollar** jährlich durch Strukturvertriebsgesellschaften weltweit bewegt.

Sinn und Aufgabe dieses Handbuches ist es, Ihnen anhand von Illustrationen und Beispielen zu zeigen, was genau ein Strukturvertrieb **IST** und was er **NICHT IST**.

Außerdem werden wir Ihnen zeigen, wie Sie anderen die Prinzipien des Strukturvertriebs effektiv erklären können.

Dieses Handbuch sollte als ein **TRAININGSHANDBUCH** betrachtet werden.

Es ist als ein Werkzeug gedacht, welches Sie beim Trainieren der Leute in Ihrer Organisation wirksam unterstützt.

Legen Sie es dem „Informationspaket“ für Interessenten Ihres Unternehmens bei.

Bevor die „10 Goldenen Regeln“ im Detail erklärt werden, möchten wir die häufigste und wahrscheinlich grundlegendste aller gestellten Fragen beantworten: **„Was ist ein Strukturvertrieb?“**

Das Wort „**Strukturvertrieb**“ läßt sich aufgliedern:

„**Vertrieb**“ bedeutet lediglich, daß ein Produkt oder eine Dienstleistung vom Hersteller bzw. Anbieter zum Kunden bewegt wird.

„**Struktur**“ bezieht sich auf das System der Entlohnung derjenigen, die sich um den Vertrieb der Produkte bzw. Dienstleistungen kümmern.

Es gibt nur drei Methoden, um Produkte zu bewegen.

- 1) **DER EINZELHANDEL:**  
Jeder kennt den Einzelhandel. Der Gemüseladen, die Drogerie, das Kaufhaus, ...  
Sie betreten ein Geschäft und kaufen etwas.
- 2) **DER DIREKTVERKAUF:**  
Schließt häufig (aber nicht immer) Versicherungen, Kochtöpfe, Lexica etc. mit ein.
- 3) **DER STRUKTURVERTRIEB:**  
Ist Thema dieses Handbuches. Er sollte nicht mit den anderen Vertriebsarten verwechselt werden, insbesondere nicht mit der Methode des Direktverkaufs, wie es oft der Fall ist.

Eine vierte Methode, die manchmal mit aufgeführt wird, ist das **VERSANDGESCHÄFT**.

Das Versandgeschäft kann auch ein Strukturvertrieb sein, wird aber in der Regel dem Direktverkauf zugeordnet.

Es gibt noch eine fünfte Methode, die oftmals mit dem Strukturvertrieb verwechselt wird: das **SCHNEEBALLSYSTEM**.

Tatsache ist, daß Schneeball-Systeme **ILLEGAL** sind!

Ein Grund dafür könnte sein, daß sie keine gültigen Produkte oder Dienstleistungen vertreiben.

Wenn ein Produkt nicht bewegt wird, kann man es kaum als „Vertrieb“ bezeichnen – und schon gar nicht als „Strukturvertrieb“! Eine Struktur mögen Schneeball-Systeme besitzen – ein Vertrieb aber sind sie nicht!!!

Viele Menschen erkennen nicht den Unterschied zwischen einem Strukturvertrieb und den Methoden des Direktverkaufs – und erheben aus diesem Grund Einwände, wenn ihnen ein Strukturvertrieb vorgestellt wird.

Vielleicht betrachten sie solche Unternehmen als „Türklinkenputzer“-Programme, weil ihre erste Begegnung damit daraus bestand, einen solchen Vertreter vor der Haustür zu haben.

Es gibt einige Merkmale, die den Strukturvertrieb vom Einzelhandel und dem Direktverkauf unterscheiden. Eines davon ist die Tatsache, daß Sie Ihr Geschäft zwar alleine und für sich betreiben, aber *Sie sind nicht alleine*.

Ein Unternehmer startet seine Selbständigkeit als Unternehmer im Unternehmen – oft von zu Hause aus. Steuerliche Vorteile aus der Gründung einer Selbständigkeit sollen hier nicht Thema sein.

Der Unternehmer steigt ins Unternehmen ein und übernimmt einen vertrieblichen Auftrag.

Der Auftrag liegt „augenscheinlich“ in der Verbreitung eines Produktes; im Strukturvertrieb jedoch nicht als Ergebnis einer Verkaufstätigkeit. Hier nämlich liegt der Erfolg und damit das große Geld im Aufbau einer Organisation.

Der Unternehmer kann das Produkt verkaufen, muß es aber nicht.

Sein „Produkt“ ist die Geschäftsidee, sich in 3 Jahren zur Ruhe setzen zu können.

EIN WICHTIGER PUNKT: Lassen Sie Ihre Verkäufe sich als natürliche Folge des Organisationsaufbaus einstellen.

Die Meisten, die den Mißerfolg ertragen müssen, versuchen es genau umgekehrt – sie versuchen, ihre Organisation aufzubauen, indem sie das Verkaufen betonen. Wenn Sie die „Goldenen Regeln“ auf den folgenden Seiten durchlesen, werden Sie sehen, wie sich dieses Konzept vor Ihren Augen offenbart.

Das Wort „verkaufen“ löst bei etwa 95% aller Menschen Unbehagen aus. Im Strukturvertrieb müssen Sie die Produkte nicht im herkömmlichen Sinne „verkaufen“.

Nichtsdestoweniger, Produkte müssen bewegt werden, ansonsten wird niemand, wirklich niemand, bezahlt.

Also nochmal:

**PRODUKTE MÜSSEN BEWEGT  
WERDEN,  
ANSONSTEN WIRD NIEMAND  
BEZAHLT!**

Mit dem Aufbau Ihrer Organisation bauen Sie gleichzeitig ein Netzwerk auf, durch welches Sie Ihr Produkt vertreiben können.

Verkäufe werden durch die Weitergabe der Geschäftsidee an Freunde, Nachbarn und Angehörige erzielt. Fremde Personen *müssen* nicht angesprochen werden.

Das GLEICHGEWICHT ist für den Aufbau einer großen und erfolgreichen Organisation von größter Bedeutung. Sie müssen andere *fördern und lehren*, um auf diese Weise einen aus Freunden, Nachbarn und Angehörigen bestehenden Kundenstamm/ Mitarbeiterstamm aufzubauen.

Versuchen Sie nicht, Ihr Geschäft alleine in die Welt zu tragen. Bedenken Sie, daß ein erfolgreicher Strukturvertrieb aus vielen Einzelpersonen besteht, die alle ein wenig verkaufen. Dies ist wesentlich effektiver, als nur wenige Leute, die versuchen, alles im Alleingang zu schaffen.

Ein weiterer Vorteil des Strukturvertriebes ist die Tatsache, daß keine Riesensummen in Werbung investiert werden müssen. Werbung besorgen zufriedene Kunden durch mündliche Empfehlung.

Sie sehen also: der Strukturvertrieb hat nichts mit Türklinkenputzen oder dem Aufsuchen fremder Leute zu tun. Das Mitteilen einer Geschäftsidee an Freunde und Bekannte ist bereits die gesamte „Verkaufstätigkeit“.

Ein weiteres Merkmal, welches den Strukturvertrieb vom Direktverkauf unterscheidet, ist das FÖRDERN weiterer Mitarbeiter.

Im Direktverkauf und sogar in manchen Strukturvertrieben wird diese Tätigkeit ANWERBEN genannt.

"Fördern" und „Anwerben“ sind jedoch *nicht* ein und dasselbe. Sie FÖRDERN jemanden, um ihm genau das BEIZUBRINGEN, was Sie bereits tun – ein EIGENES UNTERNEHMEN AUFZUBAUEN.

Wir betonen: es gibt einen großen Unterschied zwischen jemanden „ernsthaft zu fördern“ und ihn lediglich „unterschreiben zu lassen“. Jemanden zu FÖRDERN ist gleichzeitig mit einer VERPFLICHTUNG dieser Person gegenüber verbunden. Sind Sie nicht bereit, diese Verpflichtung wahrzunehmen, erweisen Sie jedem, den Sie unterschreiben lassen, einen schlechten Dienst.

Im Moment müssen Sie nur wirklich BEREIT sein, ihnen beim Aufbau ihres eigenen Unternehmens zu helfen. Dieses Handbuch wird Ihnen zeigen, was Sie zu tun und wie Sie vorgehen müssen, um genau diese Aufgabe erfolgreich zu erfüllen.

Es ist die VERANTWORTUNG eines jeden Förderers, sein gesamtes „Geschäftswissen“ an die von ihm geförderten Personen weiterzugeben:

Grundverständnis  
Produktwissen  
Anleitung

Die ersten Schritte, wie Sie Ihre eigene Organisation aufbauen und trainieren, etc..

Dieses Handbuch wird wesentlich zu Ihrer **Befähigung** beitragen, dieser Verantwortung gerecht werden zu können.

Ein Strukturvertrieb wächst und gedeiht durch die Tätigkeit des FÖRDERNS. Mit der Entwicklung Ihrer Organisation „entwickeln“ Sie sich zu einer **unabhängigen, erfolgreichen** Geschäftsperson.

### **Sie sind Ihr eigener Boss!**

Im Direktverkauf arbeiten Sie für ein Unternehmen.

Wenn Sie sich entscheiden, diese Tätigkeit aufzugeben und in eine andere Gegend umzuziehen, müssen Sie dort von vorn beginnen.

Als Strukturvertriebsunternehmer können Sie in einen anderen Teil des Landes umziehen und dort Ihre Fördertätigkeit weiterführen, ohne das Volumen Ihrer „zurückgelassenen“ Gruppe zu verlieren.

Durch einen Strukturvertrieb können Sie ein ansehnliches Einkommen erzielen.

Das große Geld liegt nicht im Verkauf, sondern im Aufbau einer Organisation. Sie können sich ein VERMÖGEN verdienen, wenn Sie den Aufbau einer Organisation zur Hauptaufgabe machen.

Manche Leute beginnen ihre Strukturvertriebstätigkeit mit der Vorstellung, DM 2.000,- bis DM 5.000,- im Monat zu verdienen. Plötzlich erkennen sie, daß sie DM 10.000,- bis DM 50.000,- monatlich (oder noch mehr) verdienen könnten, wenn sie „ernst“ machen würden.

### **Bedenken Sie:**

Einkommen dieser Größenordnung werden nicht durch den Verkauf erzielt, sondern durch den Aufbau einer Organisation.

### **DAS IST SINN UND ZWECK DIESES HANDBUCHES:**

Ihnen das Wissen zu vermitteln, welches Sie zum schnellen Aufbau einer Organisation benötigen: die Bildung einer dem Strukturvertriebswesen gegenüber positiven und richtigen Einstellung.

Wenn eine Person den Strukturvertrieb etwa als illegal betrachtet und Vergleiche mit dem Schneeball-System zieht (und sie werden gezogen), werden Sie Schwierigkeiten haben, sie zu fördern.

Sie müssen ihnen die Fakten über das Strukturvertriebswesen vermitteln, damit sie die Unterschiede zwischen einem Strukturvertrieb und einem Schneeball-System kennen.

Im Dreieck des Strukturvertriebs fängt jeder unten an und hat so die Möglichkeit, eine große Organisation aufzubauen – sogar noch größer, als die des Förderers!

Ihre Hauptaufgabe ist es von daher, Ihren voraussichtlichen Partner in ein Gespräch über den Strukturvertrieb zu „verwickeln“, um ihm die Unterschiede zwischen Einzelhandel, Direktverkauf und Strukturvertrieb zu erklären.

Sie haben eine gute Chance, ihn für Ihr Geschäft zu gewinnen.

Viele Leute begreifen gar nicht, wie groß das Strukturvertriebswesen eigentlich ist. Strukturvertriebe gibt es seit etwa 35 Jahren. Einige Unternehmen existieren seit ca. 20 Jahren und setzen jährlich jeweils über eine Milliarde um.

## 2. Die 10 Goldenen Regeln

### 2.1. Goldene Regel Nr. 1

#### ZWEI MAL ZWEI IST VIER

Diese Präsentation können Sie einem Interessenten zeigen, **bevor** er das komplette Geschäft oder Vehikel sieht, welches Sie ihm anbieten wollen.

Haben Sie Ihr Geschäft bereits vorgestellt, **müssen** Sie ihm diese goldene Regel so schnell wie möglich vorführen. Schließlich soll er von Anfang an in die richtige Richtung denken.

Diese Präsentation wird ihm die irri- ge Vorstellung abnehmen, er müsse „die ganze Welt fördern“, um mit einem Strukturvertrieb gutes Geld zu verdienen.

Sie wird ihm außerdem verdeutlichen, wie wichtig es ist, mit seinen Leuten zusammen zu arbeiten und ihnen am Anfang zu helfen und sie zu unterstützen.

Sie beginnen die Präsentation, indem Sie „ $2 \times 2 = 4$ “ aufschreiben und dann weiter multiplizieren, wie in der Illustration dargestellt. Als „kleine Bemerkung am Rande“ können Sie dem Interessenten folgendes sagen: wenn er jemanden fördern will, der diese Rechenaufgabe nicht beherrscht, sollte er lieber passen – er wird sich nur Schwierigkeiten einhandeln! Bemerkten Sie, daß wir bereits jetzt schon den Begriff „fördern“ verwenden.

2
x 2
----
4
x 2
----
8
x 2
----
16

Rechts der  $2 \times 2$  Säule schreiben Sie  $3 \times 3$ ... und sagen: „Hier fördern Sie drei Personen, denen Sie lehren (wir verwenden

	1	
↙		↘
2		3
x 2		x 3
----		----
4		9
x 2		x 3
----		----
8		27
x 2		x 3
----		----
16		81
↙		↘
	65	

jetzt auch den Begriff „lehren“), wie sie ebenso je drei Personen fördern, um neun dazu zu bekommen. Dann bringen Sie diesen Dreien bei, wie sie ihre jeweiligen drei Leute das Fördern lehren, und plötzlich haben Sie 27 Leute. Eine weitere Ebene des Lehrens und Förderns weist dann 81 Personen auf.“

Bemerkten Sie den Unterschied zwischen 16 und 81.

Weisen Sie darauf hin und fragen Sie Ihren Interessenten, ob er auch der Meinung ist, es handele sich hier um einen ziemlich bedeutungsvollen Unterschied.

	2	
↙		↘
2	3	4
x 2	x 3	x 4
----	----	----
4	9	16
x 2	x 3	x 4
----	----	----
8	27	64
x 2	x 3	x 4
----	----	----
16	81	256
↙		↘
	240	

Dann können Sie auf den **wahren Unterschied** hinweisen – nämlich auf eine einzige Person! Jeder hat nur eine Person **mehr** gefördert! In der Regel werden Sie bereits jetzt eine Reaktion erzielen, aber machen Sie nur weiter – es wird noch besser!

Angenommen, Sie fördern vier Personen. Rechts der „3 x 3“ Säule zeichnen Sie abermals eine Ziffersäule auf und sagen dabei: „Lassen Sie uns mal sehen, was passiert, wenn jede Person nur **zwei Weitere** fördert.“

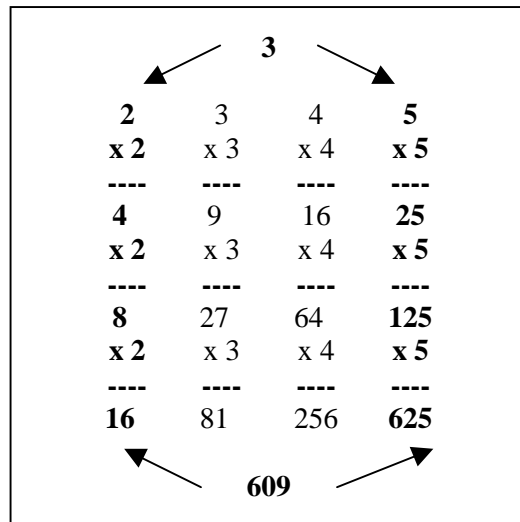
Während Sie weiter schreiben, sagen Sie: „Sie fördern also vier Personen und bringen ihnen bei, wie sie jeweils vier weitere fördern. Dann helfen Sie „Ihren“ vier dabei, diese 16 Personen zu unterrichten, wie sie wiederum jeweils vier weitere fördern können, und Ihre Gruppe wächst um 64 Personen. Nach einer weiteren Ebene des Lehrens und Förderns umfaßt Ihre Gruppe bereits 256 Personen.“

Und wieder weisen Sie darauf hin: „Das ist schon wieder ein beachtlicher Unterschied, aber auch der besteht lediglich darin, daß ...“

Auch hier werden Sie in der Regel eine Reaktion erzielen, da Ihr Gesprächspartner das Konzept langsam begreift und Ihnen zuvorkommt, in dem er sagt: „Der wahre Unterschied ist, daß jeder nur zwei mehr gefördert hat!“

Beendet wird die Präsentation mit fünf Personen. Ihr Gesprächspartner wird das Konzept bereits verstehen und entweder verbal oder geistig mitrechnen, während Sie die letzte Säule aufzeichnen.

Die Begriffe „Fördern“ und „Lehren“ können Sie nunmehr weglassen. Sie sprechen und schreiben gleichzeitig: „5 mal 5 ist 25, mal 5 ist 125, mal 5 ist 625.“



Das ist nun wirklich ein **fantastischer** Unterschied!“

Wiederum besteht der wahre Unterschied darin, daß jede Person lediglich drei weitere gefördert hat.

Die meisten Menschen können sich vorstellen, 1, 2 oder 3 Personen zu fördern, werden jedoch Schwierigkeiten haben, einen Bezug zu den Ziffern auf der untersten Ebene (16, 81, 256 und 625) herzustellen.

Stellen Sie sich also vor, Sie hätten die Zeit gehabt, fünf „ernste“ Personen zu fördern (wie in der letzten Säule beschrieben).

Die ersten fünf in dieser Säule stellen diejenigen dar, die es mit dem Aufbau eines eigenen Strukturvertriebs „ernst“ meinen. Sie werden unter Umständen 10, 20 oder 30 Personen fördern müssen, um diese 5 zu finden.

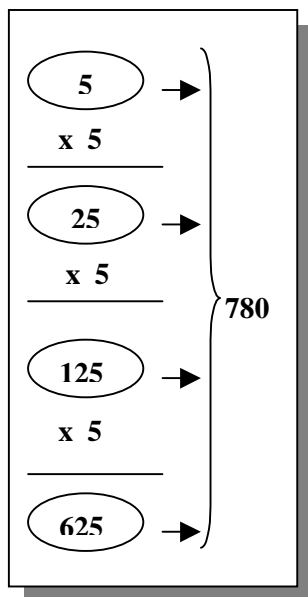


Wenn Sie aber die 10 goldenen Regeln vollkommen verstehen und beherrschen, werden Sie feststellen, daß Ihre Leute schneller „ernst“ werden.

Dieses Handbuch wird Ihnen beibringen, wie Sie mit Ihren Leuten arbeiten müssen, damit Sie schneller „ernsthaft“ werden.

Schauen Sie sich die Ziffern in der Illustration rechts an:

Sie fördern fünf Personen, die es Ihnen gleichmachen, und am Ende addieren sich diese (eingekreisten) Zahlen zu einem Ergebnis von 780 „ernsthaften“ Personen in Ihrer Organisation.



Mit 780 Personen, die ein Produkt selbst in Anspruch genommen haben, werden Sie ein beachtliches Volumen erreichen (ohne diejenigen mitgerechnet, die lediglich das Produkt kaufen, ohne „ernsthaft“ an einer Tätigkeit interessiert zu sein).

Wenn diese wiederum 2, 3, 4 oder 5 Freunde hätten .... angenommen, sie hätten jeweils 10 Kunden aus ihrem Freundes-, Bekannten- oder Familienkreis – ergibt das 7.800 Kunden!

Zählen Sie die 780 Mitarbeiter innerhalb Ihrer Organisation dazu – glauben Sie, daß 8.580 Vertriebspartner Ihnen ein profitables Unternehmen bereiten würden?

So kommt man in jedem Geschäft zu Geld – indem man viele Leute jeweils ein wenig bewerkstelligen läßt.

**Bedenken Sie aber:**

Sie arbeiten lediglich mit 5 ERNSTHAFTEN PERSONEN, nicht mit einer ganzen Armee.

**Die Kernfrage ist:**

Mit wie vielen Personen aus Ihrer *Frontlinie* arbeiten Sie zusammen? (Die Frontlinie besteht aus Leuten, die Sie persönlich gefördert haben. Sie werden auch als „Ihre erste Ebene = Stufe 2“ bezeichnet).

Oftmals sind es bis zu 50 oder mehr.

Wir werden Ihnen eine einfache Erklärung dafür geben, weshalb es nicht gut ist, so viele Personen in der ersten Ebene zu haben. In der Goldenen Regel Nr. 2, die das „Verkäuferversagen-Syndrom“ beschreibt, wird es ebenfalls deutlich.

Denken Sie an die Armee, die Luftwaffe, die Marinetruppen oder die Küstenwache. Vom niedrigsten Gefreiten bis hin zum höchsten Tier im Pentagon gibt es niemanden, der mehr als 5 oder 6 Leute direkt beaufsichtigen muß (bis auf seltene Ausnahmen).

Denken Sie darüber nach!

**Die Erkenntnis aus zweihundert Jahren Militärwesen ist, daß niemand mehr als 5 bis 6 andere beaufsichtigen soll!**

Das geht einfach nicht.

Deshalb versagen viele, wie Sie beim Weiterlesen verstehen werden.

Sie sollten nie versuchen, mit mehr als 5 ernsthaften Personen gleichzeitig zu arbeiten.

Wenn Sie eine Person gefördert haben, müssen Sie unbedingt darauf achten, nach unten zu arbeiten, um eine Gruppe mit vielen Stufen aufzubauen. Irgendwann kommt der Zeitpunkt, wo Ihre Leute Sie nicht mehr brauchen, sich „losbrechen“ und eine eigene Frontlinie aufbauen.

Sie sind dann wieder frei, um mit einer weiteren, ernsthaften Person eng zusammenzuarbeiten.

## **2.2. Goldene Regel Nr. 2**

### **DAS VERKÄUFERVERSAGEN- SYNDROM**

Weshalb versagen so viele Verkäufer, die im Rahmen eines Strukturvertriebs tätig werden?

Diese Regel wird die häufigen Fehler verkaufsorientierter Profis aufdecken.

Wir werden Ihnen zeigen, weshalb wir lieber zehn Lehrer als zehn Verkäufer fördern würden.

**Verstehen Sie es nicht falsch** – professionelle Verkäufer können von größtem Vorteil für Ihre Gruppe sein.

Viele Menschen können diese Aussage nicht nachvollziehen, denn noch haben sie nicht verstanden, daß der Strukturvertrieb eine **METHODE DES MARKETINGS** ist.

Wir wollen keine Leute im *Direktverkauf* fördern, **sondern** in einem **Strukturvertrieb**.

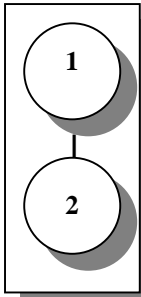
Das Hauptproblem mit „Verkäufertypen“ liegt darin, daß sie die hohe Qualität des Produktes erkennen – und einfach abheben!

Sie können ihre eigenen Gespräche zusammenstellen, dazu brauchen sie uns nicht – schließlich sind sie Profis! Dabei wollen wir ihnen nicht das Verkaufen beibringen, sondern das **LEHREN** und **FÖRDERN** und wie sie einen großen, erfolgreichen Strukturvertrieb aufbauen.

Dieses Ziel können sie – und jeder andere auch – erreichen, ohne überhaupt irgend etwas im herkömmlichen Sinne zu verkaufen.

Wenn Sie sich nicht mit ihnen zusammensetzen und einige einfache Prinzipien des Strukturvertriebs erklären, werden sie in die falsche Richtung davonlaufen.

Die meisten Menschen (und vor allem Verkäufer) glauben, ihre Bemühungen dupliziert zu haben, wenn sie eine Person fördern.



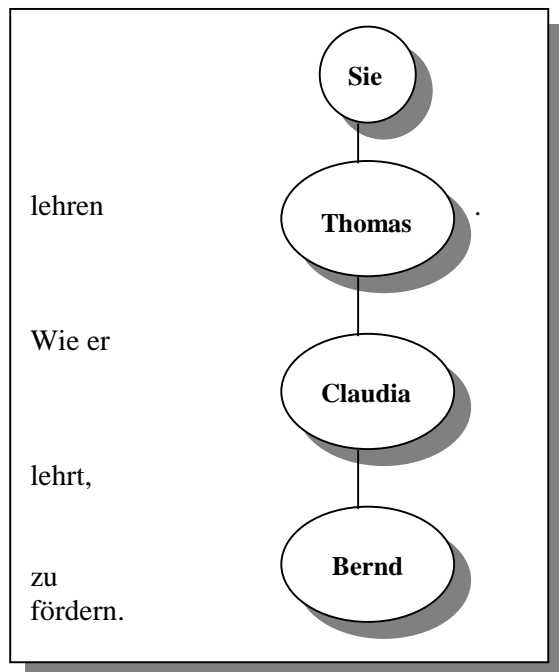
Zuerst war nur einer da, jetzt sind es zwei. Das hört sich zwar logisch an, aber **ES STIMMT NICHT!** Der Grund:

Geht die Person 1 (der Förderer) fort, wird die geförderte Person ebenfalls weggehen; sie macht einfach nicht weiter.

Sie müssen Ihren Leuten erklären, daß sie mindestens drei Ebenen in die Tiefe gehen müssen, (Stufe 4) um sich wirklich zu duplizieren.

Wenn Ihr Förderer verschwindet, bevor Sie die Gelegenheit hatten zu sehen, wie das Geschäft funktioniert, werden Sie logischerweise davon ausgehen, daß es **NICHT** funktioniert. Schließlich hat Ihr Förderer, der mit Sicherheit mehr weiß als Sie, das Geschäft quittiert.

Sagen wir mal, Sie fördern Thomas. Wenn Sie das Geschäft jetzt verlassen und Thomas weiß nicht, was er tun muß, ist es aus.



Wenn Sie aber Thomas das Fördern beibringen und er daraufhin Claudia fördert, dann haben Sie gerade erst damit **BEGONNEN**, sich zu duplizieren.

Wenn Thomas jedoch nicht gelernt hat, wie er Claudia das Fördern beibringen muß, wird es wieder im Sande verlaufen. Sie müssen Thomas lehren, wie er Claudia das Fördern lehren soll. Claudia wird dann Bernd oder sonst wen fördern können.

Jetzt sind Sie drei Ebenen tief. Sollten Sie nun weggehen (um mit einer anderen Person oder in einer anderen Gegend zu arbeiten), wird diese Untergruppe weiter existieren.

**Nochmal:** Sie müssen drei Ebenen schaffen!

Vorher haben Sie rein gar nichts. Nur mit drei Ebenen in Ihrer Gruppe sind Sie wirklich dupliziert.

Auch wenn Sie nur diesen einzigen Punkt an die von Ihnen geförderten Personen weitergeben, werden Sie den Schlüssel zum Erfolg im Strukturvertriebswesen besitzen.

Schauen wir uns an, was mit unserem „Verkäufertyp“ passiert:

Er sieht das Produkt, er hört oder liest, wie es funktioniert und was andere darüber sagen. Ist er mit dieser Information erst gewappnet, sollten Sie sich schleunigst aus dem Staub machen – er wird abheben und wie verrückt verkaufen, denn er ist ein **Verkäufer!** Er ist schon lange im Direktverkauf gewesen und hat keine Schwierigkeiten damit, fremde Leute aufzusuchen.

Großartig!

Sie sagen also zu Ihrem Top-Verkäufer (wir nennen ihn Charlie): „Charlie, wenn du das große Geld machen willst, mußt du andere fördern – alleine schaffst du das nie.“

Und was macht Charlie? Er rennt los und fördert und fördert und fördert ....

Ein guter „Verkäufer“ könnte locker 3 oder 4 Personen pro Woche fördern.

Jetzt aber passiert folgendes: Irgendwann kommt der Zeitpunkt (und der läßt nicht auf sich warten), wo Leute genauso schnell wieder aussteigen, wie Charlie sie fördern kann!

Wenn er nicht effektiv mit ihnen zusammenarbeitet (und das kann er nicht mit mehr als 5), wird er zusehen müssen, wie sie den Mut verlieren und aufgeben.

Charlie ist enttäuscht und ungeduldig. Da er keine Ergebnisse sieht, packt er seine Sachen und macht sich auf die Suche nach etwas Neuem. Sein Förderer, der glaubte, Charlie würde ihn reich machen, verliert nun ebenfalls den Mut und gibt auf.

Die meisten Menschen, die im Strukturvertriebswesen ganz groß rauskommen, haben keine große Verkaufserfahrung.

Wir werden Charlies Vorgehensweise mit ein paar Zahlen untermauern, um klarer sehen zu können, weshalb er scheiterte. Da Charlie ein Top-Verkäufer ist, werden wir annehmen, daß er 130 Personen förderte. Er konnte erreichen, daß diese 130 jeweils 5 weitere förderten, die seine Organisation um 650 auf 780 wachsen ließen.

Stellen Sie Ihren Leuten diese Frage:

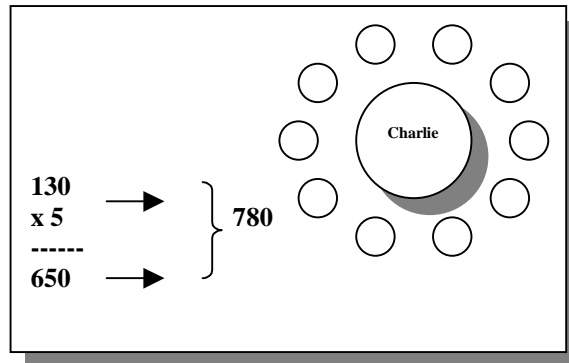
*Was, glauben Sie, könnten Sie eher tun: fünf ernsthaft Interessierte fördern und ihnen das LEHREN beibringen oder selbst 130 Personen zu fördern?“*

Die Antwort wird Ihnen zeigen, wo sich Ihr Mitarbeiter geistig aufhält.

Übrigens, folgende Frage wird sicherlich auftauchen:

*Was muß ich ihnen denn beibringen?“*

Die Antwort darauf lautet: **Sie bringen ihnen genau das bei, was Sie jetzt aus diesem Handbuch lernen – die 10 Goldenen Regeln.** Sie werden zwar alle 10 verstehen müssen, aber die ersten vier dürften zunächst ausreichen.



Bringen Sie ihnen bei, daß  $2 \times 2 = 4$  und weshalb Leute scheitern, etc.

Wie lange bräuchten Sie, um 130 Leute zu fördern? Wenn Sie bei Nr. 130 ange-  
langt sind, wie viele von den ersten wären noch dabei? Sie würden feststellen, daß Sie sie ziemlich schnell verlören. Bei den 780 Personen hingegen, von denen in der Goldenen Regel Nr. 1 die Rede war, bleiben relativ viele am Ball.

Wenn Sie Ihren Verkäufertyp aufgeklärt haben und er verstanden hat, worum es geht, wird er sagen: „Aha! Jetzt ist mir klar, was ich tun muß...“ – und er wird es tun.

#### VORSICHT:

Sie müssen ihn zurückhalten. Da viele Menschen einfach nicht verstehen, was wir gerade besprochen haben, werden sie ihre Leute geradezu ermutigen, wieder auszusteigen! Sie werden jemanden fördern, der in der ersten Woche gleich fünf weitere fördert.

„Großartig!“ sagen Sie, und klopfen ihrem Mann (oder ihrer Frau) auf die Schulter.

So ermutigt, fördert er (oder sie) in der nächsten Woche wieder fünf Leute. Aber was ist mit denen, die in der ersten Woche gefördert wurden? Richtig – sie sind weg.

Wenn Sie dieses „Verkäuferversagen-Syndrom“ verstehen, können Sie sie weiterhin ermutigen und ihnen gleichzeitig klarmachen, wie wichtig es ist, den ersten fünf Geförderten auf den richtigen Weg zu helfen.

Es ist von größter Bedeutung, einen Geförderten zu begleiten und ihm zu helfen, seine erste Person zu fördern.

Diesen Punkt kann man einfach nicht genügend hervorheben. Er ist von *entscheidender Bedeutung* und wird im weiteren entsprechende Berücksichtigung finden.

### 2.3. *Goldene Regel Nr. 3* **„DREI DINGE, DIE SIE TUN MÜSSEN“**

Wir haben Ihnen nun einige Dinge gesagt, die Sie beim „Tiefergehen“ in Ihrer Organisation tun sollten. In der Goldenen Regel Nr. 2 waren es Dinge, die Sie vermeiden sollten.

Jetzt werden wir Ihnen drei Dinge zeigen, die Sie **tun müssen**, um in Ihrem Geschäft erfolgreich zu sein. Diese drei Dinge sind ein absolutes **MUSS!**

Jeder, der in einem Strukturvertrieb jährlich DM 100.000,- aufwärts verdient, hat diese drei Dinge getan und er tut sie nach wie vor.

Damit Sie sich diese drei Dinge merken können, haben wir sie in einer Geschichte zusammengefaßt, die Sie Ihren Leuten weitererzählen können.

„Stellen Sie sich vor, Sie wollen mit dem Auto vom verregneten Norden weg, um in den Süden zu fahren (denn dort scheint bekanntlich **immer** die Sonne). Der Sonnenschein stellt den größtmöglichen Erfolg in Ihrem Geschäft dar. Wenn Sie dort ankommen, haben Sie es **geschafft** – Sie sind **ganz oben!**

Das *Erste*, was Sie machen müssen, ist einzusteigen und anzufangen. Es gibt niemanden in diesem Geschäft, der viel Geld verdient hat, ohne zuerst anzufangen.

Um diese Fahrt unternehmen zu können, müssen Sie als *zweites* Kraftstoff kaufen. Auf dem Weg nach oben (Süden) werden Sie Kraftstoff verbrauchen und nachtanken müssen.

Das **Dritte**, was Sie tun müssen, ist, den **höchsten Gang** einzulegen. Natürlich wissen Sie, daß niemand im höchsten Gang losfährt. Alle beginnen ihre Fahrten im Leerlauf.

*(Bemerken Sie: Wir fahren kein Vehikel mit Automatikgetriebe)*

Wir sitzen also im Auto, das auf dem Parkplatz steht, den Zündschlüssel haben wir umgedreht und der Motor läuft auf Hochtouren. Wenn wir aber im Leerlauf bleiben, kommen wir nie in den Süden (oder sonstwo hin).

Um einen Gang einlegen zu können, müssen Sie eine Person fördern.

Wenn Sie also eine Person gefördert haben, haben Sie den **ersten Gang** eingelegt. Wir sind der Meinung, Sie sollten den ersten Gang fünfmal einlegen, also fünf ernsthafte Personen fördern.

Natürlich wollen Sie, daß Ihre Leute ebenfalls den einen Gang einlegen. Sie unterrichten sie also darin, wie sie den ersten Gang einlegen müssen, indem Sie ihnen zeigen, wie sie eine Person fördern.

Wenn Ihre 5 Leute jeweils fünfmal den ersten Gang eingelegt haben, haben Sie bereits 25 mal den **zweiten Gang** eingelegt. Sie bringen Ihren Leuten bei, wie sie wiederum ihre jeweiligen fünf Leute darin unterrichten, den ersten Gang einzulegen.

Damit haben Sie jetzt den **dritten Gang** 125 mal eingelegt. Sie sind im dritten Gang, wenn Ihre Organisation 4 Stufen inkl. Ihrer Person aufweist.

Ist Ihnen schon mal aufgefallen, wie gleichmäßig Ihr Auto im vierten Gang fährt?

Das Gleiche gilt für Ihre Organisation! Sie sollten so schnell wie möglich den vierten Gang einlegen.

Wenn Ihre erste Ebene den dritten Gang einlegt, legen Sie den **vierten Gang** ein.

Selbstverständlich wollen Sie, daß Ihre Leute ebenfalls den vierten Gang einlegen, dann können Sie in den **Schnellgang** schalten. Wie kommen Sie aber in den Schnellgang?

#### **Ganz einfach:**

Sie helfen den von Ihnen Geförderten, ihren Leuten beim Einlegen des dritten Ganges zu helfen. Ihre Leute können dann den vierten Gang einlegen – und Sie den Schnellgang.

Bisher haben wir Ihnen die Goldenen Regeln 1 – 3 genannt.

Wir haben Ihnen diese **drei Dinge, die Sie tun müssen**, beschrieben.

Der nun folgende Punkt ist sehr wichtig: *Nicht ein einziges Mal haben wir Ihnen gesagt, Sie müßten losgehen und verkaufen. Ihr Produkt müssen Sie nicht im herkömmlichen Sinne des Wortes „verkaufen“. Sie stellen Ihren Freunden eine Geschäftsidee dar. Sie können sie sogar Fremden mitteilen. Wenn diese die Vorteile Ihrer Geschäftsidee erkennen, werden sie zu neuen Freunden.*

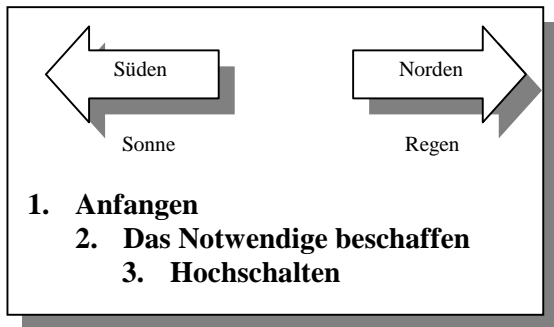
Sie brauchen nicht einmal einen großen Kundenkreis ... sagen wir mal, 10 oder noch weniger.

Sie werden es trotzdem bis in den Süden schaffen, solange Sie die 3 Punkte berücksichtigen und sich daran halten.

### **Aber bemerken Sie:**

Wenn Sie Punkt Nr. 3 weglassen (den höchsten Gang einlegen), würden Sie nie in den Süden kommen!

Wenn Sie dieses einfache Prinzip verstehen, werden Sie beginnen, die richtige Einstellung dem Strukturvertrieb gegenüber zu entwickeln.



Von Anfang an sollten Sie die Zahl „5“ im Unterbewußtsein Ihrer Leute verankern. Sie müssen nur 5 seriöse Personen finden, die ernsthaft ins Geschäft einsteigen wollen.

**5**

„Ich finde niemanden, der verkaufen will!“ werden Sie oftmals hören, wenn Sie Leute treffen und sie fragen, wie es läuft.

Schon wieder das Wort „VERKAUFEN“. **Hören Sie auf**, Menschen zu suchen, die verkaufen wollen!

Suchen Sie Leute, die sich ein zusätzliches Einkommen wünschen, ohne jeden Tag „zur Arbeit“ gehen zu müssen. Kennen Sie oder kennen Ihre Freunde solche Leute?

Ihre Antwort und die Ihrer Freunde wird wie immer lauten: „**Ja – jeder!**“ Mit denen müssen Sie reden, denn jeder hätte gern mehr Geld.

Weisen Sie einfach auf die 5 bis 10 Stunden pro Woche hin, die sie von ihrer freien Zeit opfern müßten, um ein Geschäft aufzubauen. Und stellen Sie im gleichen Atemzug die Frage: „Was ist denn daran so schlimm?“

Manchmal steigen Leute in einen Strukturvertrieb ein und glauben, es wird irgendwie alles klappen, nur weil sie unterschrieben haben.

Das ist nicht der Fall!

Denken Sie daran: Das Auto, mit dem wir in Richtung Süden unterwegs sind, hat kein Automatikgetriebe.

Es gibt Leute, die an einer Universität oder Fachhochschule studiert haben, um ein Diplom zu bekommen, und daran ist nicht das Geringste auszusetzen. Vielleicht gehören Sie zu diesem Kreis.

Sie gehen jeden Tag zur Uni. Sie lernen den ganzen Tag (und manchmal die halbe Nacht), Woche für Woche, ..... JAHRELANG.

Dann haben Sie endlich Ihr Diplom – und wie viel Geld können Sie damit verdienen?

Also opfern Sie 5 bis 10 Stunden pro Woche, um die Goldenen Regeln und alles über „IHR“ Unternehmen zu **lernen**. Wenn Sie sie gelernt und verstanden haben, können Sie anderen Ihr Wissen vermitteln.

Das Handbuch, das Sie heute lesen, ist der Schlüssel zu Ihrem zukünftigen Erfolg.

Wir wollen Sie nicht verunsichern oder gar verängstigen.

Es kann sein, Sie hören von diesen Konzepten zum ersten Mal, und wir könnten kaum von Ihnen verlangen, soviel darüber zu wissen, um es gleich vermitteln zu können.

**Aber das müssen Sie auch nicht!**

*Sie erinnern sich:*

Um in einen Strukturvertrieb einsteigen zu können, müssen Sie zuerst gefördert werden.

Wenn Ihr Förderer ein „echter Förderer“ ist, wird er Ihnen bei Ihren ersten 5 Personen helfen. Er präsentiert Ihren Freunden die Goldene Geschäftsidee (im Einzel- oder Gruppengespräch) und trainiert Sie gleichzeitig.

Sie können sich immer wieder hinsetzen und dieses Handbuch lesen und studieren. Wenn Sie genau diesen Auftrag bekämen und müßten das Buch 5, 6 oder sogar 10 mal durcharbeiten, um nach einem Jahr DM 10.000,-, DM 20.000,- oder vielleicht DM 40.000,- zu verdienen – wäre Ihnen das die 5 oder 10 Stunden wöchentlich wert?

Diese „Schule“ macht Spaß!

Schauen Sie sich Ihre alten Schulbücher an und versuchen Sie, den Stoff zu lernen; diese Bücher werden Ihnen ein solches Einkommen nie bescheren!

#### **2.4. Goldene Regel Nr. 4 BAUEN SIE AUF STEIN**

Ihre Leute werden oft von Mutlosigkeit heimgesucht, wenn Sie versäumen, ihnen die Bedeutung eines „Starts mit Vorsprung“ zu erklären.

Deswegen dürfen sie ihre Monate im Geschäft erst **nach** dem Trainingsmonat bzw. der für sie notwendigen Trainingszeit als solche zählen.

Ohne den Start mit Vorsprung könnten sie dazu neigen, sich vorzustellen, die „großen Tiere“ ganz oben nie einholen zu können – und verlieren gleich den Mut.

Erinnern Sie sich an den Sportunterricht in der Schule, wo Sie Ihre Runden auf der Rennbahn drehen? Menschen, die einer Gruppe von Läufern voraus bleiben wollen, rennen schneller als diejenigen, die die Gruppe einzuholen versuchen.

In diesem „Rennen“ gibt es keine Ziellinie, folglich können alle „gewinnen“.

**„Die einzigen Verlierer sind die Aussteiger.“**

Wenn Sie ein gutes Rennen laufen wollen, müssen Sie dafür trainieren.

Wenn Sie Personen fördern, achten Sie darauf, daß sie die ersten 4 – 6 Wochen als ihre Trainingszeit betrachten. Erst im darauf folgenden Monat gehen sie an den Start.

Alles, was Sie lesen und hören, alle Treffen, die Sie mit Ihrem Förderer und anderen besuchen, das Produkt, das Sie erlernen und bewegen werden, zählen zu Ihrem Training, damit Sie mit einem Vorsprung beginnen können.

Sie dürfen die Trainingsmonate nicht mitzählen, bis Sie bereit sind, „ernsthaft“ zu werden. Wenn Sie dann soweit sind, haben Sie sich quasi warmgelaufen und werden mit einem guten Vorsprung ein schnelleres Rennen laufen.



Mit der Goldenen Geschäftsidee haben Sie eine Tätigkeit an der Hand, die Ihnen einen Einstieg ermöglicht ganz ohne Verkauf, ohne ein zu erlernendes Produkt und ohne die notwendige Mitarbeitergewinnung.

Somit haben Sie ausreichend Zeit, alles Notwendige für Ihre spätere Beschleunigung in Ruhe zu erlernen.

Einer der Hauptvorteile dieser Goldenen Regel ist ihre selbstmotivierende Wirkung:

Jedesmal, wenn Sie neuen Interessenten und Mitgliedern Ihrer Organisation die „ $2 \times 2 = 4$ “ Präsentation darstellen, werden Sie sich erneut für die Möglichkeiten begeistern, die der Strukturvertrieb Ihnen bietet.

Wenn Sie das, was wir Ihnen auf den folgenden Seiten darstellen werden, gelesen und verstanden haben, werden Sie bei jedem Anblick eines neu entstehenden Hochhauses erneut motiviert.

Wenn die Bauarbeiten begonnen werden, scheint es eine halbe Ewigkeit zu dauern, bis das Gebäude oberhalb der Baugrube sichtbar wird.

Danach jedoch scheint es Schlag auf Schlag zu gehen – das Gebäude „wächst“ pro Woche um ein Stockwerk.

Dieses Hochhaus stellt Ihre Organisation dar, wie sie eines Tages sein wird.

Was müssen Sie also tun, um das Gebäude zu errichten?

Wenn Sie Ihre ersten 5 Leute fördern, graben Sie das Fundament Ihres Hochhauses mit **Schaufel** und **Spaten** aus.

Wenn Sie aber die zweite Ebene ausgraben, indem Sie Ihren Leuten das Fördern lehren, setzen Sie Planierdraht ein.

Wenn Sie Ihren Leuten beibringen, wie sie ihren jeweiligen Leuten das Fördern lehren, haben Sie beinahe die Steinschicht erreicht und müssen Dampfschaufelbagger einsetzen.

Die Steinschicht haben Sie erreicht, wenn die ersten Ihrer 5 Personen in der IV. Stufe Ihrer Gruppe da sind.

Jetzt können Sie nach oben bauen. Mit der IV. Stufe Ihrer Gruppe wird Ihr Hochhaus oberhalb der Baugrube sichtbar und wird ziemlich schnell wachsen.

Werden Sie also nicht entmutigt, wenn Sie schon einige Monate dabei sind und es ist noch nicht viel passiert:

*Ihr Fundament ist lediglich noch in der Bauphase.*

Es ist vergleichbar mit dem Goldsucher, der Monate damit verbrachte, eine Mine auszugraben und alles hinwarf, als er nur noch 20 cm von der Hauptader entfernt war.

Wenden wir uns noch einmal unserem Verkäufertypen zu.

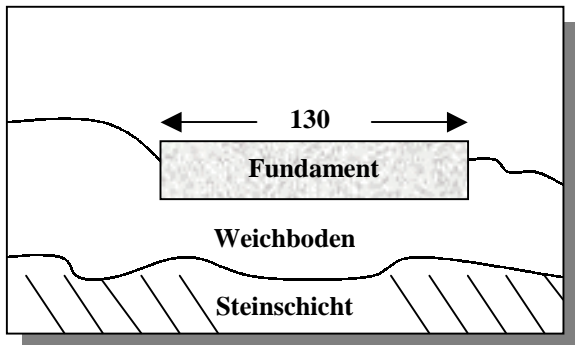
Das Gleiche passiert ihm auch:

Kurz bevor er die Steinschicht erreicht und sein Hochhaus zu wachsen beginnt, wirft er alles hin und macht sich auf die Suche nach etwas Neuem.

Sie können kaum erwarten, echte Wachstumszeichen zu sehen, bevor Sie die vierte Stufe erreicht haben.

Das heißt nicht, Sie müßten mit allen 5 Leuten jeweils die vierte Ebene erreichen; wenn irgendeine Ihrer „Linien“ die vierte Stufe erreicht hat, bauen Sie bereits nach oben und sind sichtbar.

Unten sehen Sie eine Illustration des Fundaments von jemandem, der 130 Personen förderte.



Er hat die Steinschicht nicht erreicht, obwohl seine Leute jeweils 5 weitere Mitarbeiter förderten und seine Gruppe 780 Personen umfaßte. Ohne ein solides, auf Stein gebautes Fundament kann das Gebäude nicht wachsen, ohne in sich zusammen zu stürzen.

Auf die „Fahrt in den Süden“ bezogen bedeutet dies, daß die fördernde Person den ersten Gang zu oft eingelegt hat. Auch, wenn seine Leute jeweils 5 weitere förderten, er könnte nie den dritten Gang einlegen!

### **Lernen und benutzen Sie diese Goldenen Regeln.**

Sie werden im zweiten Gang nicht stecken bleiben.

Bauen Sie Ihr Fundament auf Stein und Sie werden den SCHNELLGANG einlegen können.

Wenn wir später zur Goldenen Regel Nr. 9 kommen, die Motivation und Einstellung behandelt, werden Sie völlig verstehen, weshalb es so wichtig ist, in die Tiefe zu bauen.

Bevor wir uns der Goldenen Regel Nr. 5 zuwenden, möchten wir Ihnen nochmals nahelegen, Ihren Leuten die ersten 4 Goldenen Regeln so schnell wie möglich zu lehren.

Die folgenden Regeln können Sie lehren, wenn Ihre Leute ihre Fördertätigkeit selbst aufgenommen haben.

### **2.5. Goldene Regel Nr. 5 „SCHIFFE AUF HOHER SEE“**

Sie sind jetzt bereits seit ein oder zwei Wochen im Geschäft, vielleicht auch seit einem Monat oder länger.

Jedenfalls betreiben Sie das Geschäft ernsthaft, Sie haben Leute gefördert und Ihre Gruppe WÄCHST.

Es macht mehr Spaß, dieses Thema einer Gruppe zu zeigen, als es einer Einzelperson vorzuführen.

Ein bekannter Spruch im anglo-amerikanischen Sprachraum lautet in seiner wörtlichen Übersetzung: „Wenn mein Schiff einläuft ...“

Sinngemäß übersetzt heißt das: „Wenn ich das große Los ziehe ...“, wir werden jedoch bei der bildlichen Darstellung des „einlaufenden Schiffes“ bleiben.

Der Spruch erinnert an den Pessimisten, der behauptet: „Wie ich mein Glück kenne, werde ich wahrscheinlich am Flughafen stehen, wenn mein Schiff einläuft.“

Im Strukturvertriebswesen kann Ihr Schiff tatsächlich einlaufen und Sie können am Hafen stehen, um es zu begrüßen – wenn Sie diese Regeln erlernen und anwenden.

In einem Strukturvertrieb kann jeder erleben, wie „sein“ Schiff einläuft. Deswegen begeistert uns diese Art des Vertriebs immer wieder.

Sie können mit Menschen reden und ihnen HOFFNUNG vermitteln – die Hoffnung, nicht unbedingt die nächsten 30 bis 40 Jahre ein Leben als Arbeitnehmer leben zu müssen, um irgendwann eine geringe Rente beziehen zu können.

Haben Sie schon mal bemerkt, wie viele Menschen es gibt, die 30 oder 40 Jahre lang schufteten, um als Rentner „die Welt sehen“ zu können?

Nach einem „erfüllten“ Arbeitsleben müssen sie dann aber versuchen, mit der Hälfte ihres bisherigen Einkommens oder zukünftig wohl eher noch weniger auszukommen.

Der Strukturvertrieb bietet jedem die Möglichkeit, seine Träume zu realisieren, ohne 30 oder 40 Jahre dafür arbeiten bzw. darauf warten zu müssen.

Viele Menschen schrecken vor der Vorstellung zurück, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Der Strukturvertrieb bietet ihnen die Möglichkeit, das Gründen eines eigenen Unternehmens auszuprobieren, ohne auf ihr derzeitiges Einkommen verzichten zu müssen.

Wir werden Ihnen zeigen, wie Sie Ihr Schiff zum Hafen lotsen und somit zur Spitze Ihres Strukturvertriebsunternehmens gehören zu können.

Wenn Ihr Schiff einläuft, werden Sie aus der Fracht Kapital schlagen können.

**Stellen Sie sich drei Schiffe vor**, das erste Schiff taufen Sie **GOLD**, das zweite **SILBER** und das dritte **BRONZE**.

Die Schiffe stellen Leute in Ihrer Organisation dar, egal, ob sie von Ihnen oder anderen gefördert wurden und können sich auf jeder Stufe Ihrer Gruppe befinden.

Sie wissen, daß Sie aus der Fracht Ihres Schiffes Kapital schlagen werden. Welches Schiff lotsen Sie also an Land?

Die **GOLDSCHIFFE** stellen die „Verkäufertypen“ dar, die angeblich wissen wo es längs geht und auch ohne fremde Hilfe ganz oben ankommen werden.

Vielleicht schaffen sie es auch – es ist aber unwahrscheinlich, da sie nicht wissen, daß es wichtiger ist, in die Tiefe zu gehen, als in die Breite.

Die **BRONZESCHIFFE** sind diejenigen, die seit Monaten dabei sind und die Sie immer noch davon überzeugen müssen, daß „es“ funktioniert. Sie neigen dazu, entmutigt und negativ eingestellt zu sein.

Viele Leute versuchen, mit den Bronzeschiffen zu arbeiten – aber nur, bis sie diese Regeln kennen. Wenn sie sie begriffen haben, werden sie nur noch mit den Goldschiffen arbeiten.

Jeder, den Sie fördern, stellt ein **SILBERSCHIFF** dar.

Ob die Fracht dieses Schiffes aus Gold besteht oder aus Bronze, bestimmen Sie:  
*Entscheidend ist nämlich Ihre Art, mit dem Schiff umzugehen.*

In der Präsentation Nr. 1 sprachen wir von Ihren ersten fünf Leuten. Diese stellen 5 zukünftige Goldschiffe dar.

Einfach ausgedrückt:

*Je mehr Ihrer Silberschiffe zu Goldschiffen werden, um so weniger müssen Sie fördern, um Ihre 5 seriösen Leute zu finden.*

**Und so können Sie ein GOLDSCHIFF bzw. einen SERIÖSEN MENSCHEN erkennen:**

- 1) Er ist **BEREIT ZU LERNEN**. Er ruft Sie dauernd an und hat hunderte von Fragen.
- 2) Er **BITTET UM IHRE MITHILFE**. Er möchte, daß Sie seine Interessenten kennenlernen und über das Geschäft informieren.
- 3) Er ist **VÖLLIG BEGEISTERT**. Er versteht genug vom Geschäft, um erkennen zu können, daß es funktioniert.

4) Er ist bereit, sich zu **VERPFLICHTEN**. Er verbringt seine freie Zeit damit, alles über das Geschäft zu lernen.

5) Er hat **ZIELE**. Ein Mensch mit Zielen weiß, was er will. Es ist nicht unbedingt notwendig, Ziele aufzuschreiben (schaden kann es aber nicht!), solange es ein paar Dinge im Hinterkopf gibt, die er unbedingt erreichen will.

6) Er hat eine **NAMENSLISTE**. Diese Liste von Namen hat er schriftlich festgehalten; er kann sie jederzeit durch neue Namen, die ihm einfallen, ergänzen. (Vielleicht fährt er eines Tages in eine Gegend, in der er schon lange nicht zu tun hatte; ihm fällt ein alter Bekannter ein, der dort wohnt oder früher wohnte – und da er seine Liste **immer** bei sich hat, kann er den Namen gleich notieren. Ein paar Tage später überlegt er, wen er anrufen könnte – und da steht ein neuer Name auf seiner Liste! Wenn er den Namen nicht gleich aufgeschrieben hätte, wäre ihm die Person vielleicht nie wieder eingefallen.)

7) **ES MACHT SPASS, MIT IHM ZUSAMMEN ZU SEIN**. Er freut sich auf Ihren Besuch, geschäftlich und privat.

8) Er ist **POSITIV**. Jeder umgibt sich gerne mit positiven Menschen – sie wirken ansteckend!

Die Liste der Merkmale eines **Goldschiffes** ließe sich beliebig fortführen.

Der einzige Unterschied zwischen einem **goldenen** und einem **silbernen** Schiff liegt darin, daß das silberne Schiff noch nicht genügend vom Geschäft versteht, um „ernst“ zu werden.

Merken Sie sich drei wichtige Worte.

Diese drei Worte erklären, wie ein Geschäft funktioniert.

Sie lauten:

1. **Vorstellen**
2. **Involvieren**
3. **Befördern**

Zuerst müssen Sie jemandem Ihr Geschäft **vorstellen**.

Wenn Sie es vorgestellt haben, müssen Sie ihn darin **involvieren**. Er wird erkennen, welche Vorteile ihm das Geschäft bietet und wird sich selbst konstant **befördern**.

Die verschiedenen Methoden des Vertriebs (Einzelhandel, Direktverkauf, Strukturvertrieb) können Sie anhand der Goldenen Regel Nr. 1 ( $2 \times 2 = 4$ ) **vorstellen**.

**Involvieren** Sie ihn: Nehmen Sie ihn mit in den Süden (Goldene Regel Nr. 3).

Er wird sich selbst **befördern**, wenn er die zehn Goldenen Regeln versteht und anwendet und seine Ziele vor Augen hat.

Ihre Leute müssen wissen, daß Sie sie anrufen oder besuchen, weil Sie ihnen helfen wollen und nicht, um sie unter Leistungsdruck zu setzen.

Bei bestimmten Personen („Bronzeschiffe“) werden Sie das Gefühl haben, sie hätten sich über ihren Besuch oder Anruf nicht gerade gefreut. Ihr Gefühl ist ein gutes Zeichen dafür, daß diese Leute sich von Ihnen bedrängt fühlen. Bronzeschiffe fühlen sich unter Druck gesetzt.

Goldschiffe hingegen gehen davon aus, daß Sie ihnen helfen wollen. Ihr Verhalten und der Ton ihrer Stimme verrät es.

Bronzeschiffe haben keine Ziele, sie haben keine Namensliste und sind obendrein negativ eingestellt. Einem bronzenen Schiff müssen Sie dauernd etwas beweisen.

Wenn ein Bronzeschiff sinkt, wird es entweder alleine untergehen oder Sie, wenn Sie mit einem solchen Schiff arbeiten, mit sich ziehen. Deshalb bringen wir unseren Leuten bei, Bronzeschiffe zu erkennen und sich davon fernzuhalten. Sie lernen, nur mit Goldschiffen zu arbeiten oder mit Silberschiffen, die mit ihrer Hilfe und Unterstützung zu Goldschiffen werden können. Verbringen Sie Ihre Zeit mit Ihren Goldschiffen und helfen Sie ihnen, ihre eigene Organisation aufzubauen.

Auf einmal sehen die Bronzeschiffe (zumindest die, die nicht untergegangen sind) und die Silberschiffe, die noch keine goldene Fracht geladen haben, daß Sie einfach ohne sie davon segeln – und werden Sie vielleicht anrufen.

Wenn jemand seine Meinung über das Geschäft zum Negativen hin ändert, können Sie nichts dagegen tun.

Sie müssen ihn fallen lassen, bis er beinahe ganz unten ist.

Wenn er dann bereit ist und **ER SIE ANRUFT**, können Sie die Zusammenarbeit wieder aufnehmen.

Wenn Sie aber den Versuch wagen sollten, ein noch sinkendes Schiff (ein bronzenes zudem) zu bergen, könnten Sie mit untergehen. Wenn Sie mit Ihren Leuten zusammensitzen, können Sie sie fragen, was ihre Schiffe machen. Wie viele Goldschiffe sie haben, wie viele Silberschiffe ...

**Helpen Sie Ihren Freunden, erfolgreich zu sein** und das Geld wird von allein kommen. Der bekannte amerikanische Motivationstrainer Zig Ziglar erklärt es so: „Sie können alles auf dieser Welt erreichen, wenn Sie nur genügend anderen helfen, das zu bekommen, was sie haben wollen.“

Demonstrieren Sie Ihren Leuten, daß Sie sie anrufen, um ihnen zu **HELFEN**, nicht um sie zu kontrollieren.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, daß Sie kein Bronzeschiff sind. Wären Sie ein solches Schiff, würden Sie dieses Handbuch nicht lesen. Und wenn Sie sich als Bronzeschiff fühlten, bevor Sie mit dem Lesen des Handbuches begannen, so sind Sie jetzt wahrscheinlich ein Goldschiff oder zumindest ein Silberschiff, das bald ein Goldenes wird.

**Weiter so!**

## **2.6. Goldene Regel Nr. 6 DIE EINLADUNG DRITTER**

Das Suchen geeigneter Personen ist nun unser Thema.

Wir nennen es einfach die Einladung Dritter.

Für Ihre Leute ist es wichtig zu wissen, was die Einladung Dritter bedeutet und wie es gemacht wird.

In der Regel werden sie fragen „Womit?“.

Stellen Sie Ihren Bekannten folgende Frage:

"Du, ich habe mich vor kurzem selbständig gemacht und wollte Dich fragen, ob Du irgend jemanden kennst, der sich gerne ein Zusatzeinkommen verdienen möchte?"

Denn die Person, die er kennt und die ein zusätzliches Einkommen haben möchte, ist **er selber** – er will nur erst etwas mehr darüber erfahren, um eine Entscheidung treffen zu können.

Wenn er also fragt: „Womit?“, dürfen Sie ihn auf keinen Fall gleich einspannen.

Die gestellte Frage beantworten Sie so: „Weißt Du etwas über das Strukturvertriebswesen?“

Ihr Gesprächspartner wird entweder mit „JA“ oder „NEIN“ antworten. In jedem Fall führen Sie mit ihm ein allgemeines Gespräch über den Strukturvertrieb (siehe Kapitel I: „Einführung in den Strukturvertrieb“). Heben Sie einige Merkmale und Vorteile dieser Art des Vertriebes hervor.

Danach können Sie Ihren Gesprächspartner einladen, sich mit Ihnen zusammenzusetzen und mehr über Ihr Geschäft zu erfahren.

Erklären Sie, daß es nur etwa eine halbe Stunde dauert, um die ganze Geschichte zu hören. Sie sollten nicht versuchen, Ihr Geschäft zwischen Tür und Angel auf die Schnelle darzustellen oder während Ihr Interessent anderweitig beschäftigt ist.

Ohne die ganze Geschichte zu erzählen, würden Sie ihn nur verwirren, er erhält genügend Informationen, um abzulehnen, aber nicht genug, um „JA“ sagen zu können.

Wenn Sie Ihre Leute nach den dargelegten Richtlinien trainieren, werden Sie andere nicht suchen müssen. Helfen Sie den von Ihnen Geförderten und Sie werden andere Personen kennenlernen, mit denen Sie sich über das Strukturvertriebswesen unterhalten können, um Ihr Geschäft vorzustellen. Dieser Gedanke löst bei vielen Menschen Ängste aus; sie befürchten, der andere könnte „NEIN“ sagen.

Wir nennen es „**DIE ANGST, ABGELEHNT ZU WERDEN.**“

*Ein Beispiel:*

Ein junger Mann besucht ein Tanzlokal zum ersten Mal. Er durchquert den Saal und bittet ein Mädchen, mit ihm zu tanzen und das Mädchen sagt: „NEIN“. Er kehrt um, **ABGELEHNT**, geht zu seinem Platz zurück und wird nie wieder ein Mädchen zum Tanz auffordern. Er könnte schwören, jeder im Saal habe **GESEHEN**, wie er eine Abfuhr bekam. Keiner will abgelehnt werden.

Ein anderer junger Mann fordert ebenfalls ein Mädchen zum Tanz auf und wenn es ablehnt, bittet er das nächste Mädchen und dann das übernächste ... .

Er wird die ganze Nacht durchtanzen.

Um Ihre Angst vor Ablehnung zu **BEZWINGEN** und mehr Menschen ansprechen zu können, müssen Sie Ihrem Hirn einen Streich spielen. Stellen Sie sich vor, Sie stehen am Hafen.

Um auf Ihr Schiff warten zu können, müssen Sie es hinausschicken. Sie müssen ein paar Schiffe vom Stapel lassen. Wenn Sie nur ein Schiff hinausschicken und es läuft leer ein, haben Sie nicht besonders viel davon. Je mehr Schiffe Sie vom Stapel lassen, um so höher sind Ihre Chancen, daß ein Goldschiff wieder einläuft.

Die Schiffe mit der **GOLDFRACHT** sind die, mit denen Sie arbeiten sollten.

Höchstwahrscheinlich haben Sie nie ein Schiff getauft und vom Stapel gelassen, es gibt also diesbezüglich keine negativen Erfahrungen, die in Ihrem Unterbewußtsein gespeichert sind und Ihnen weh tun könnten. Sehen Sie den Stapellauf:

Wenn Sie jemanden fragen, ob er **IRGEND JEMANDEN KENNT**, der sich ein Zusatzeinkommen verdienen möchte, haben Sie ein Schiff vom Stapel gelassen.

Lautet die Antwort „NEIN“, sagen Sie einfach: „Macht nichts, aber falls Sie von jemandem hören, sagen Sie ihm, er möchte mich bitte anrufen“ (überreichen Sie Ihre Visitenkarte).

Sie sehen: **Sie sind nicht abgelehnt worden.**

Es gibt nur zwei mögliche Ergebnisse, wenn ein Schiff vom Stapel gelassen wird:

Entweder wird es **SCHWIMMEN** oder **VERSINKEN**.

Wenn es **VERSINKT** – na, und? Sie stehen ja am Hafenrand!

Und wenn es **SCHWIMMT** – großartig! Schicken Sie es hinaus und helfen Sie, Ihr Schiff mit einer Goldfracht wieder einlaufen zu lassen.

Personen, die die Goldene Regel Nr. 5 kennen, werden Ihnen sagen, sie wollen **GOLDSCHIFFE** sein.

Sie möchten, daß Sie mit ihnen arbeiten – und wissen, daß Sie nur mit goldenen Schiffen arbeiten.

Nehmen Sie das Angebot an – auch Sie werden davon profitieren.

## 2.7. **Goldene Regel Nr. 7** **WO SIE IHRE ZEIT** **INVESTIEREN SOLLTEN**

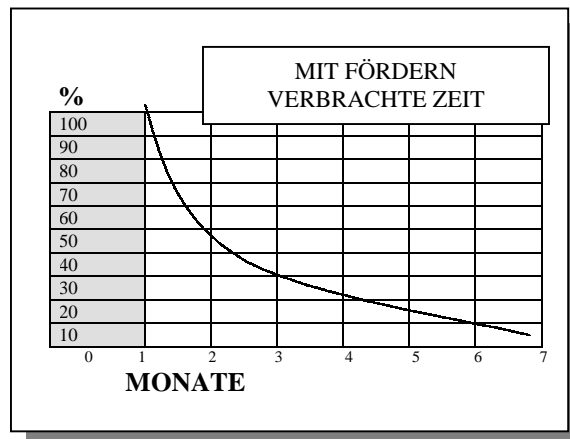
Die Zeichnung zeigt Ihnen, wo Sie Ihre Zeit investieren sollten. Zu Beginn sollten Sie 100% Ihrer Zeit mit dem Fördern anderer Leute verbringen.

„Aber“, werden Sie jetzt fragen, „sollte ich nicht meine Zeit mit Lernen verbringen? Schließlich sollten die ersten Wochen mein Trainingsmonat sein“. Sie haben recht.

*Bedenken Sie aber:*

Wenn Ihr Förderer Sie beim Fördern Ihrer Leute unterstützt, ist das bereits ein

Teil Ihres Trainings. Sie werden als Förderer anerkannt, auch wenn Ihr Förderer die eigentliche „Arbeit“ macht.



In einem Strukturvertrieb können Sie sofort nach Ihrem eigenen Einstieg fördern.

Zu Beginn Ihrer Tätigkeit sind **SIE** Ihr ganzes „Unternehmen“. Soll Ihr Unternehmen ein Erfolgreiches werden, wissen Sie, daß Sie 5 seriöse Menschen finden müssen, die Sie fördern können. Um diese 5 zu finden, werden Sie vielleicht mehr als 5 fördern müssen.

Im Laufe der Zeit werden Sie immer weniger Leute fördern. Warum? Auf einmal finden Sie eine seriöse Person, dann zwei, dann drei ... und wenn Sie Ihre 5 gefunden haben, brauchen Sie keine weiteren mehr zu suchen. Bringen Sie Ihren fünf Schiffen das Fördern bei und zeigen Sie ihnen, wie sie ihren Leuten das Fördern beibringen müssen. Wenn sie in ihren eigenen Gruppen die 3. oder 4. Stufe erreicht haben und Ihre Hilfe nicht mehr benötigen, können Sie die nächste seriöse Person suchen und fördern.



Wenn Sie 5 seriöse Personen gefunden haben, sollten Sie 95% Ihrer Zeit für die Zusammenarbeit mit ihnen aufbringen und 5% mit dem „Aussäen neuer Saaten“. Irgendwann, wenn Sie eine oder mehrere Ihrer ersten 5 Personen nicht mehr „bewässern und pflegen“ müssen (Sie also „geerntet“ haben), können Sie mit den ausgesäten Saaten arbeiten, damit sie sprießen und wachsen.

Ihnen sollte bewußt sein, daß Sie die ganze Zeit Produkte bewegen.

Es ist ein logisches Ergebnis der Zusammenarbeit mit Ihren Leuten. Daraus besteht die „Verkaufstätigkeit“ oder, wie wir es lieber nennen, das „Verteilen“.

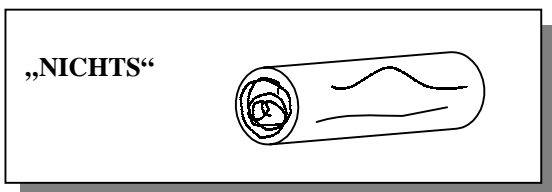
## 2.8. *Goldene Regel Nr. 8* **BEGEISTERUNG** **IST ANSTECKEND**

Ein anderer Titel für dieses Thema wäre: „DAS FEUER“.

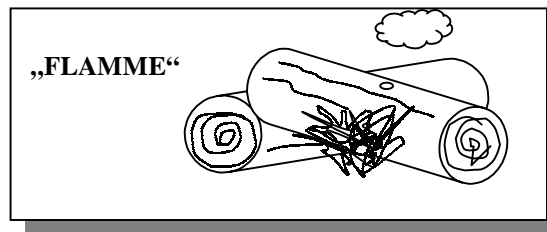
Sie haben sicherlich schon mal bei einem Lagerfeuer gesessen. Werden die brennenden Holzscheite auseinandergezogen, erlischt das Feuer.

Legt man sie wieder aufeinander, entfacht das Feuer von neuem.

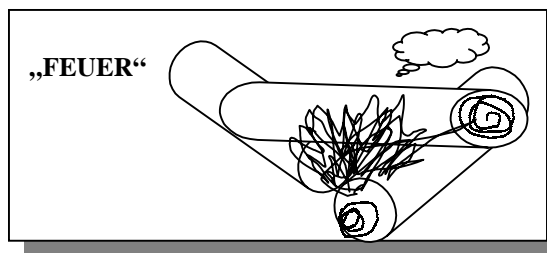
Ein **HOLZSCHEIT ALLEIN** nutzt nichts.



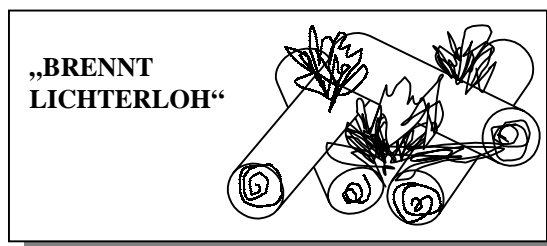
Legen Sie zwei **HOLZSCHEITE** zusammen, erzeugen Sie eine Flamme.



Mit drei **HOLZSCHEITEN** beginnt das Feuer zu lodern.



Wenn Sie ein viertes **HOLZSCHEIT** dazulegen, brennt das Feuer lichterloh.



Mit den Menschen ist es ähnlich.

Wenn Sie sich das nächste Mal mit Ihrem Förderer und ein paar Interessenten verabreden (z. B. in einem Hotel) und Sie zuerst dort ankommen, bemerken Sie, wieviel (oder wie wenig) **ENERGIE** in der Luft liegt.

Ihr Förderer trifft ein und die Atmosphäre beginnt zu knistern.

Sie sind beide dort, um Interessen zu treffen. Wenn der Erste sich dazu setzt, ist wesentlich mehr **ENERGIE** im Raum.

Die vierte Person trifft ein und die Luft ist **ENERGIEGELADEN!**

Wir nennen solche Sitzungen „Feuer entfachen“.

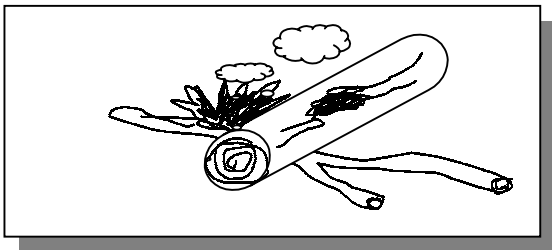
Setzen Sie sich mit Ihrem Förderer zusammen und teilen Sie die Goldenen Regeln mit ein paar Ihrer Leute – denn **BEGEISTERUNG IST ANSTECKEND!**

Ein Restaurant bzw. ein Hotel eignet sich hervorragend für ein solches Treffen. Wählen Sie eine Zeit, zu der nicht allzu viel los ist.

Sie können einen Zeitplan aufstellen, damit Ihre Leute wissen, wo Sie unter der Woche zu bestimmten Zeiten sein werden. Es ist, als wären alle unterwegs, um Holzsplitter für das Feuer zu sammeln.

Wenn Sie nun eine etwas skeptische Person (ein „nasses“ Holzsplitter) zu einem solchen Treffen mitbringen und „ins Feuer legen“, wird sie schnell austrocknen und Teil des Feuers werden.

Was passiert, wenn Sie erst neu im Geschäft sind und sich allein mit einem Skeptiker unterhalten? Es ist, als würde man ein nasses Holzsplitter anzünden wollen.



Stellen Sie sich vor, Sie wären ein Zweig und erst seit kurzem dabei. Ihr Förderer, schon länger im Geschäft, ist ein **HOLZSCHEIT**. Ein **HOLZSCHEIT** und ein **ZWEIG** können eine **FLAMME** erzeugen.

Es macht eine Menge aus, eine zweite Person dabei zu haben. Sie dient als „Medium“, um Mitteilungen zu „vermitteln“. Vielleicht möchte ich Peter etwas mitteilen, wenn ich ihn jedoch direkt anspreche, kann es sein, daß er nicht „hört“, was ich ihm sagen will.

Wenn **ich** aber **mit Claudia rede** und weiß, **Peter hört zu ...** .

Es ist erstaunlich, wie Menschen soviel mehr von Gesprächen mitbekommen, die sie „belauschen“, als wenn sie direkt angesprochen werden.

Ein weiteres Merkmal eines in einem Hotel entfachten „Feuers“: **Es wird sehr energisch!** Es gibt Leute (man nennt sie „Lauscher“), die Gespräche anderer (also auch Ihre) mit Vorliebe belauschen.

Sie können sie an ihrer Haltung erkennen: *Sie lehnen sich zurück und versuchen, mehr mitzubekommen.*

### **SEIEN SIE AUF DER HUT!**

Manche Lauscher werden sehr interessiert sein.

**BLEIBEN SIE EINE WEILE SITZEN**, wenn Ihr Treffen beendet und der letzte Teilnehmer gegangen ist.

Geben Sie dem Lauscher die Chance, Sie anzusprechen. Er wird es nicht wagen, wenn vier Leute am Tisch sitzen, könnte sich aber durchaus trauen, wenn Sie allein sind.

Zu Beginn einer „Feuerrunde“ erzählt jeder, der hinzukommt, als erstes etwas Positives, das ihm in der letzten Zeit passiert ist. Wir treffen uns, um ausschließlich über das Geschäft zu reden. Wir versuchen weder die Krise im Nahen Osten noch sonstige Probleme dieser Welt zu lösen.

**WIR** kommen zusammen, um unsere Ideen über den Aufbau unserer Organisationen mit anderen zu teilen.

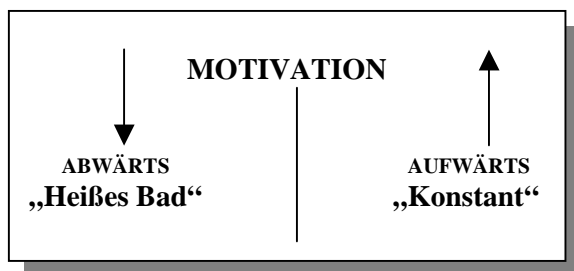
## 2.9. Goldene Regel Nr. 9 **MOTIVATION UND EIN- STELLUNG**

Diese Regel, welche die **MOTIVATION** behandelt, ist eine der wichtigsten überhaupt und wird Ihnen ein ausgezeichnetes Verständnis dafür vermitteln, was Menschen motiviert.

Sie werden lernen, wie Sie mit Ihren Leuten arbeiten müssen, um sie zu motivieren.

Es gibt zwei Arten des Motivierens:

- das „**ABWÄRTSMOTIVIEREN**“  
und
- das „**AUFWÄRTSMOTIVIEREN**“



Das **ABWÄRTSMOTIVIEREN** bezeichnen wir als „heißes Bad“, das **AUFWÄRTSMOTIVIEREN** hingegen ist konstant.

Viele von Ihnen haben schon an Motivationstreffen teilgenommen, bei dem alle „Hurra“ aus vollem Halse schreien und kaum erwarten können, mit Ihrem Geschäft (wieder) loszulegen.

In der Regel kühlt die Begeisterung nach ein paar Wochen oder Monaten wieder ab. Das Gleiche passiert, wenn Sie ein heißes Bad nehmen:

*Je heißer das Bad, um so eher kühlen Sie hinterher ab.*

Wir haben Menschen gesehen, die an solchen Motivationstreffen bis zu drei Tage lang teilgenommen haben – und zwei Wochen später total niedergeschlagen sind.

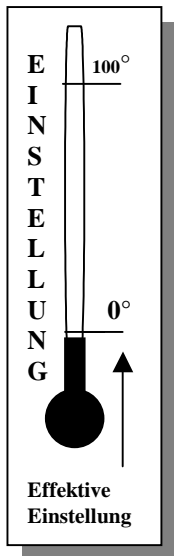
Weshalb?

Drei Tage lang werden sie mit hochmotivierenden Mitteln „geimpft“ und sind völlig aus dem Häuschen – aber keiner hat ihnen gesagt, **was** sie tun müssen bzw. **wie** sie es tun müssen!

Deshalb sind sie niedergeschlagen.

Sogar das Lesen dieses Handbuchs ist ein „heißes Bad“. Die Teilnahme an Seminaren, Gespräche mit dem Förderer, das Lesen eines Buches, das Aneignen neuen Wissens – all diese Dinge sind heiße Bäder bzw. abwärtsmotivierend.

Das heißt jedoch nicht, daß sie schlecht sind, denn sie sind notwendig.



Bevor wir über das **AUFWÄRTSMOTIVIEREN** sprechen, möchten wir etwas über die Einstellung sagen. Stellen Sie sich vor, Sie wollen mit jemandem über Ihr Geschäft sprechen.

Diese Person weiß nichts über das Geschäft und hat folglich keine Einstellung dazu (oder, um es bildlich darzustellen, eine Einstellung von „0“ Grad Celsius).

Um effektiv mit Ihrer Person über Ihr Geschäft reden zu können, werden wir davon ausgehen, daß Ihre Einstellung bei 50 Grad liegen muß. Liegt Ihre Einstellung unter 50 Grad, sollten Sie mit niemandem sprechen – sie werden Sie bloß weiter abkühlen.

Der Mensch, den Sie fördern möchten, ist eingestiegen.

Er will endlich anfangen - mann-o-mann, ist er aufgeregt!

Seine Einstellung liegt bereits bei 65 Grad – er wird **REICH** werden!

Bevor er überhaupt eine Gelegenheit hat, etwas über das Geschäft zu lernen, rennt er los und spricht mit anderen darüber.

Leider weiß er nicht, wie er sich negativ eingestellten Skeptikern gegenüber verhalten soll – und wird selber negativ. Er läßt sich von gutgemeinten Ratschlägen seiner angehörigen und Freunde beeinflussen.

Diese haben vielleicht selber schlechte Erfahrungen gemacht mit jemandem, der sie „unterschreiben“ ließ, weil er reich werden wollte, anstatt ihnen beim Aufbau ihrer Organisation helfen zu können oder überhaupt helfen zu wollen (ein echter Förderer verpflichtet sich, immer zuerst an den anderen zu denken, bevor er an sich selbst denkt).

Was passiert nun mit „Ihrem“ Mann? Er kühlt wieder ab auf unter 50 Grad. Sie setzen sich mit ihm zusammen, beantworten seine Fragen und räumen seine Bedenken aus dem Weg und er wärmt wieder auf, vielleicht bis auf 70 Grad.

Diesmal bleibt er etwas länger dort, bevor seine Einstellung wieder auf unter 50 Grad fällt.

#### **Eine Frage:**

Möchten Sie eine Einstellung, die nicht wie ein Jojo dauernd auf und ab geht, sondern **KONSTANT** bei 50 Grad liegt? Eine solche Einstellung können Sie nur mit **AUFWÄRTS-MOTIVATION** erreichen – denn **AUFWÄRTS-MOTIVATION ist KONSTANT**.

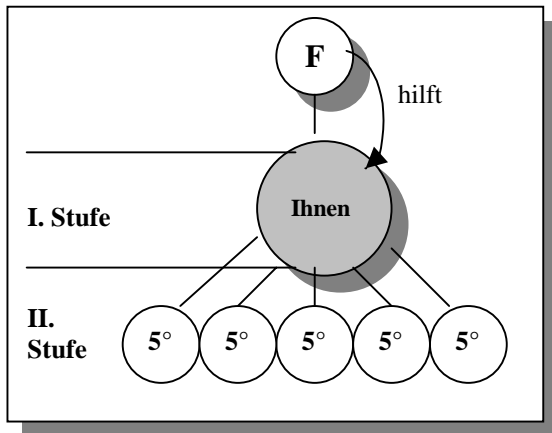
Ein Beispiel für **AUFWÄRTS-MOTIVATION**.

Sie haben einen Förderer.

Ihr Förderer (F) hilft Ihnen, Leute für IHRE Organisation zu finden und fördern. Wir beginnen mit 5.

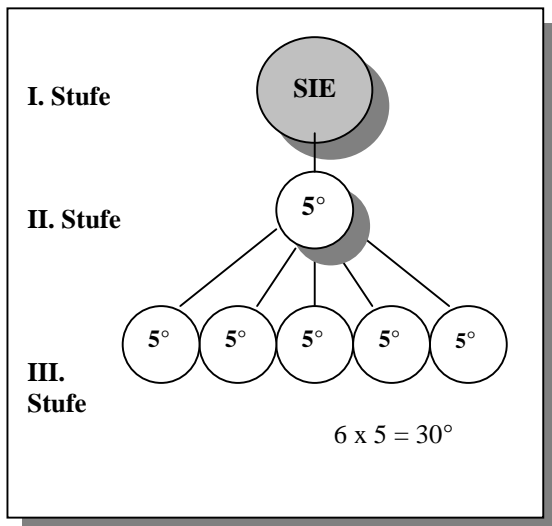
**Bemerken Sie:**

Wenn Sie 5 Personen fördern, haben Sie 25 Grad erreicht! Wir gehen davon aus, jede Person ist für 5° gut.



Machen Sie nicht den Fehler, zu viele zu fördern. Sie können nicht effektiv mit ihnen arbeiten und werden sie schnell wieder verlieren.

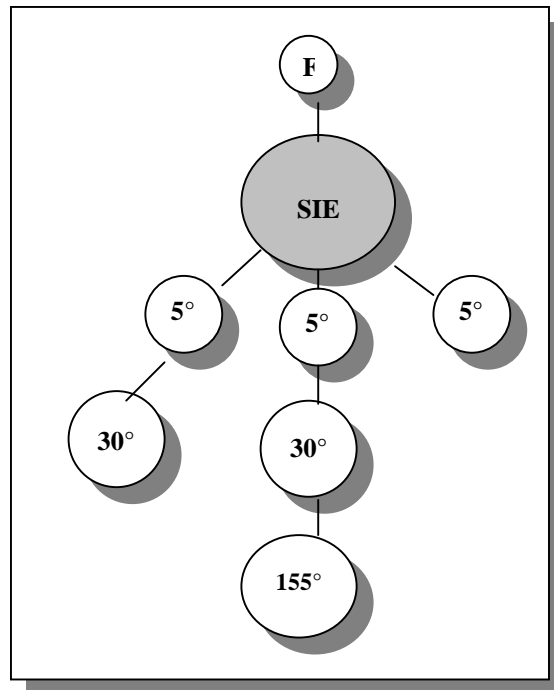
Ihr Förderer half Ihnen, diese 5 zu fördern und Sie wiederum werden ihnen helfen, weitere zu fördern, damit sie auch jeweils 5 x 5 (25%) Grad erreichen.



**Merken Sie:**

Wenn Sie nur einer Person helfen, 5 weitere zu fördern, wären Sie bereits bei 30 Grad. Sehen Sie, was passiert, wenn Sie Ihren Leuten beibringen, wie sie in einer weiteren Stufe das Fördern lehren:

Die Stufe IV beträgt bereits weit über 100°, d.h. das Wasser ist am Kochen.



Dieses Phänomen läßt sich nur erklären, wenn es beginnt – deswegen sorgen Sie dafür, daß es so schnell wie möglich für Ihre Leute beginnt. Wenn sie es erleben, werden sie begeistert sein.

**Ein Beispiel:**

Claudia fördert Thomas und Thomas fördert Peter.

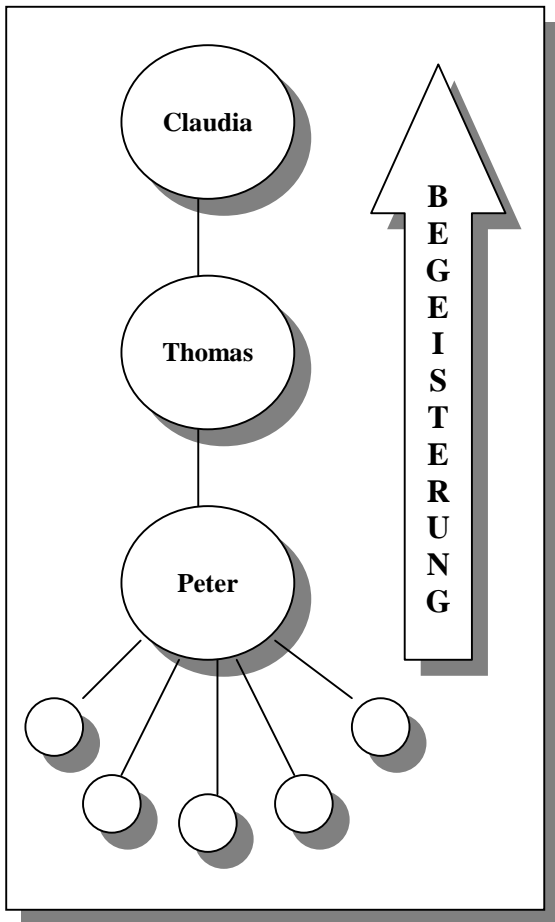
Claudia erhält einen Anruf und erfährt, daß Peter letzte Woche losging und 5 seriöse Leute förderte - er will etwas erreichen.

*Und dann passiert folgendes:*

Alle, die in Peters Förderlinie aufwärts liegen, werden aufgeregt und enthusiastisch.

Der Pfeil zeigt nach oben.

Deswegen nennen wir es **AUFWÄRTSMOTIVIEREN.**



Sie müssen denjenigen, die Sie gefördert haben, helfen, ihre Leute zu **unterstützen**. Wir möchten Ihnen eine Ausnahme zu dieser Regel darstellen.

Wenn Sie jemanden fördern, ist er ein Silberschiff. Jeder fängt als silbernes Schiff an. Er ist enthusiastisch, aber noch nicht ernst.

Jeder hat mindestens einen Freund. Setzen Sie sich mit Ihren Leuten zusammen – helfen Sie ihnen, einige ihrer Freunde – Silberschiffe – zu fördern.

**UNTERSTÜTZEN** Sie Ihre Leute darin, ihren Freunden beim Fördern ihrer Freunde zu helfen.

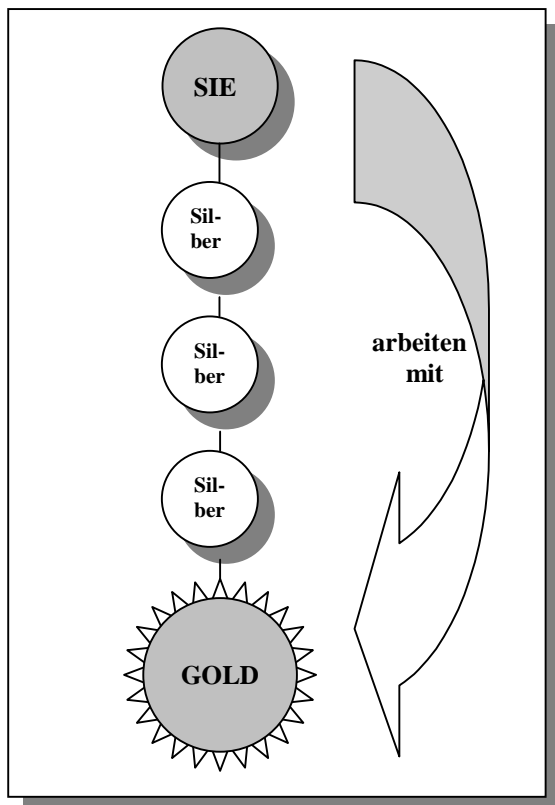
Plötzlich entdecken Sie ein Goldschiff irgendwo in der vierten oder fünften Stufe.

Jetzt müssen Sie in die Tiefe gehen und mit diesem Gold arbeiten - das erste echte Gold, das Sie in dieser Stufe haben.

Ihre Zusammenarbeit mit ihm bewirkt, daß die Silberschiffe ebenfalls zu Goldschiffen werden.

**Und so machen Sie aus Silberschiffen Goldschiffe:**

Sie finden jemanden, der Ihnen untergeordnet ist. Wenn dieser „jemand“ loslegt (also ein Goldschiff ist), wird das Silberschiff, das die Person förderte, denken: „Mensch, ich muß mich sputen ...!“ Nichts motiviert Menschen mehr als jemand, der UNTER IHNEN loslegt.



Es wird behauptet, man könne einen Menschen schneller und effektiver mit einer am Hintern gehaltenen Kerze motivieren als mit einem am Kopf gehaltenen Flammenwerfer!

### **Zusammenfassung:**

Auf keinen Fall dürfen Ihre Leute von Ihnen abhängig werden. Sie können es nicht ewig bleiben, sonst wird es nicht funktionieren. Es muß der Zeitpunkt kommen, wo sie Sie nicht mehr brauchen. Er ist erreicht, wenn **Ihre Leute den Menschen in ihren Gruppen das Lehren der 10 Goldenen Regeln beibringen können** – sie werden dann alles über den Aufbau einer starken Organisation wissen.

Erst dann können Sie sich neue und seriöse Partner als „Ersatzleute“ suchen.

Auch wenn Sie 15 Personen gefördert haben, mit mehr als 5 können Sie nicht gleichzeitig und effektiv arbeiten.

Vielleicht müssen Sie 15 oder 20 fördern, um diese 5 seriösen Leute zu finden.

Was passiert mit den anderen?

Wir stellen sie sozusagen „auf kleine Flamme“.

Wenn das Wasser einer oder mehrerer Ihrer Leute am Kochen ist, sollten Sie, bevor Sie sich auf die Suche nach brandneuen Personen begeben, mit denen sprechen, die Sie „auf kleine Flamme“ gestellt haben.

Manchmal können das Timing sowie andere Umstände es nicht zugelassen haben, daß jemand, den Sie förderten, gleich „ernst“ machen konnte.

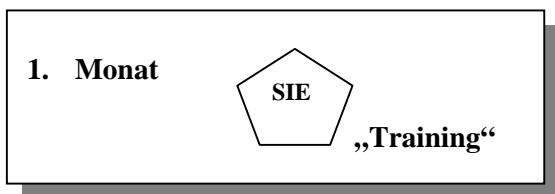
Vielleicht wollte er auch erst nur schauen, wie sich Ihr Geschäft entwickelt. Mit ihm sollten Sie zuerst sprechen.

## **2.10. Goldene Regel Nr. 10 DAS PENTAGON DES WACHSTUMS**

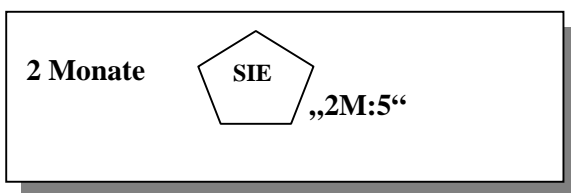
FÜNF ist in diesem Handbuch die „magische Zahl“. Von daher ist es nur angebracht, daß die letzte Regel aus einer mathematischen Übung mit fünf Seiten besteht, die Spaß macht und deren Darstellung eine selbstmotivierende Wirkung hat.

Dieses „Pentagon des Wachstums“ zeigt auf bedeutende Art und Weise, wie schnell eine Organisation wachsen kann, wenn die in diesem Handbuch dargelegten Prinzipien Anwendung finden.

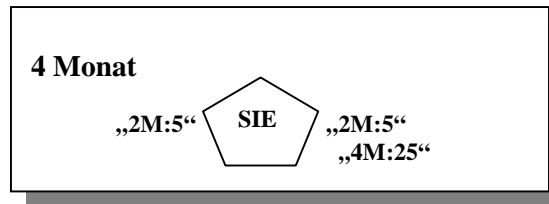
Zunächst zeichnen Sie ein Pentagon und schreiben Sie das Wort „SIE“ in dessen Mitte. Wir berücksichtigen einen Trainingsmonat und verfolgen das Wachstum unserer Organisation in Zeitabschnitten von zwei Monaten. (Sie können natürlich jeden beliebigen Zeitabschnitt verwenden.)



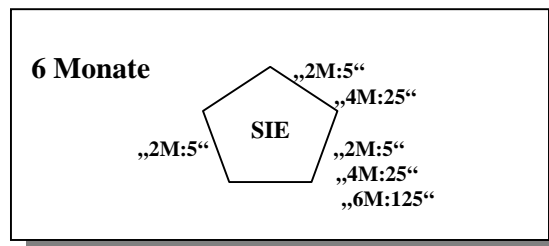
Sie nehmen das Geschäft auf und haben nach zwei Monaten fünf Personen gefördert, die ihr Leben selbst in die Hand nehmen wollen. (Schreiben Sie an einer Seite des Pentagons „2M:5“, wie in der Zeichnung für 2 Monate.)



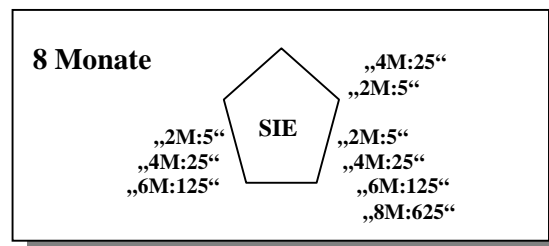
Nach zwei weiteren Monaten (d. h. am Ende des vierten Monats) haben die 5 aus den ersten zwei Monaten gelernt, zu tun, was Sie tun und Ihnen 25 Mitarbeiter auf Ihrer dritten Stufe beschert. Sie haben gleichzeitig wieder 5 ernste Leute in Ihrer II. Stufe gefördert.



Nach sechs Monaten könnten Sie 125 Leute unter Ihren ersten 5 aufzuweisen haben, sowie 25 in der dritten Stufe Ihrer zweiten Gruppe seriöser Leute – und Sie haben eine dritte Gruppe von 5 Personen „entwickelt“.



Nach acht Monaten könnte Ihr Pentagon des Wachstums wie das Beispiel unten aussehen.



Jetzt reichen Sie Ihrem Schüler Notizblock und Schreibstift und bitten Sie ihn, die Zeichnung um weitere Monate zu vervollständigen.

Stellen Sie maximal das Ganze bis in die achte Stufe dar. (Bezahlebene). Zur Bezahlebene zählt die Aktivität der VII. Stufe (= Aufbau der VIII.) hinzu.



10 Monate



Gehen Sie noch einmal um das Pentagon herum und vervollständigen Sie das Jahr. Sie haben Ihrem Schüler die wichtige Bedeutung des „in-die-Tiefe-gehen“ erklärt.

Verleihen Sie Ihrer Aussage Nachdruck, indem Sie alle Gruppen von Ihrem Notizblock streichen – bis auf die erste (unter Ihren ersten 5 Leuten).

Erklären Sie Ihrem Gesprächspartner, wenn er nur diese eine Gruppe aufbaute (und keine der gestrichenen Gruppen), würde er bereits sein Ziel erreichen können. Er wäre Millionär.

Sinn dieser Übung ist darzustellen, wie wichtig es ist, zusammen mit den von Ihnen Geförderten in die Tiefe ihrer Gruppe zu gehen und dort zu arbeiten – und ihnen beizubringen, es ebenfalls zu tun!

**FANGEN SIE GLEICH DAMIT AN!**

### 3. *Zurück zur Schule*

Ihre Einstellung kann einen großen Unterschied ausmachen beim Fördern anderer Leute.

Die meisten haben die Einstellung: „Wen kann ich in mein Geschäft bekommen?“ Unserer Meinung nach sollte die richtige Einstellung lauten: „Wem werde ich als nächstes die Möglichkeit anbieten, sich zur Ruhe zu setzen?“ Wenn Sie der Überzeugung wären, jemand könne sich in ein bis drei Jahren zur Ruhe setzen und Sie wüßten, wie Sie ihm diese Möglichkeit in zwei Minuten präsentieren könnten – warum würden Sie diese Gelegenheit einem Fremden anbieten?

Jeder, der sich in einem bis drei Jahren zur Ruhe setzen will, muß bereit sein, die Schule noch einmal zu besuchen. Sie können alles, was Sie wissen müssen, in fünf bis zehn Stunden pro Woche über sechs Monate erlernen.

„Sich zur Ruhe setzen“ bedeutet, „... nur dann zu arbeiten, wenn Sie es wollen“. Wenn Ihnen einer sagt, er probiert's dreißig Tage lang aus, sollten Sie Ihre Zeit lieber nicht verschwenden. Ein Fundament kann niemals in dreißig Tagen aufgebaut werden – es dauert mindestens sechs Monate.

Die Schule, von der wir sprechen, ist die Schule des Engagements.

Drei bis fünf Stunden werden Sie brauchen, um eventuell zur wöchentlichen Veranstaltung zu fahren, daran teilzunehmen, Kaffee zu trinken und wieder nach Hause zu fahren.

Die restliche Zeit verbringen Sie damit, sich Motivationskassetten anzuhören, mit Ihrem Förderer zu treffen und Gespräche mit Interessenten zu führen.

All diese Dinge können Sie neben Ihrer bisherigen Tätigkeit machen.

„Kennen Sie ein dreijähriges Studium, das ermöglicht, zu promovieren und sich nach einem bis drei Jahren mit einem jährlichen Einkommen jenseits von DM 250.000,- zur Ruhe zu setzen?“

Erinnern Sie sich, als Sie Student / Schüler waren und sich die Bücher für das neue Semester / Schuljahr kauften?

Große, dicke, schwere Bücher.

Sie konnten es kaum erwarten, in Ihr Zimmer zurückzukehren und die Bücher zu studieren. Erinnern Sie sich, wie Sie das Semesterende herbeisehnten, um in Ihren Fächern endlich geprüft zu werden? Sie haben vier Jahre lang (oder noch länger) ohne jegliche Bezahlung studiert und Sie hatten ohnehin keine Aussichten, sich nach einem bis drei Jahren zur Ruhe setzen zu können – warum machen Sie sich denn bloß so viele Sorgen darüber, wie wenig Sie in den ersten paar Monaten in Ihrem Geschäft verdient haben?

**Denken Sie daran: Sie gehen zur Schule!**

Einige Leute werden bereits nach ein paar Wochen entmutigt. Wir meinen, sie hätten erst nach sechs Monaten in dieser Schule ein Recht dazu. Lassen Sie sich von einem Medizinstudenten operieren, der die ersten Wochen des ersten Semesters hinter sich hat. Das Ergebnis dürfte Sie nicht sonderlich erfreuen.

Fragen Sie einen Arzt, einen Rechtsanwalt oder einen Zahnarzt, seit wann er seinen Beruf ausübt.

Ihre Antwort wird sich auf die Zeit beziehen, die seit ihrer Promovierung verstrichen ist – und nicht seit der Aufnahme des Studiums.

Wenn Sie jemanden in diesem Geschäft fragen, seit wann er dabei ist, wird er Ihnen den Tag benennen, an dem er einstieg. Sie aber sollten Ihre Zeit im Geschäft ab dem Zeitpunkt zählen, wo Sie wußten, was Sie tun.

Die einzige Enttäuschung, die Sie erleben werden, ist etwas zu erwarten, das Sie nicht bekommen bzw. das nicht passiert.

Zu viele Menschen steigen in einem Strukturvertrieb ein mit der Vorstellung, sofort das große Geld zu verdienen. Zualtererst gehen Sie zur Schule.

Das dauert mindestens sechs Monate.

Denken Sie an die, die zur Uni gehen:

*Nach 6 Monaten haben sie immer noch mindestens dreieinhalb Jahre vor sich, bevor sie überhaupt so weit sind, sich nach einem Job umzusehen.*

Um in einem Strukturvertrieb Erfolg zu haben, müssen Sie einem anderen beibringen, erfolgreich zu sein. Ihre Leute sollten aufhören, sich über ihre Einkommen zu sorgen und anfangen, sich um das Unterrichten von und die Zusammenarbeit mit den Menschen in ihren Gruppen zu kümmern. Je eher sie das tun, um so schneller wird sich der Erfolg einstellen.

Aber es dauert eine Weile. Sie müssen selbst das Geschäft erlernen, bevor sie andere unterrichten können.

Wenn Personen in Ihrer Gruppe Schwierigkeiten haben, Freunde anzusprechen, liegt es wahrscheinlich daran, daß sie selbst nicht glauben, sich in einem bis drei Jahren zur Ruhe setzen zu können oder sie wissen nicht, wie sie es bewerkstelligen sollen. Es folgt eine einfache Präsentation, die verdeutlicht, wie in einem bis drei Jahren ein beachtliches Einkommen erzielt werden kann.

Sie ist in wenigen Minuten erlernbar und kann in zwei Minuten dargestellt werden. Es handelt sich um die Darstellung der Goldenen Regel Nr. 1.

Nehmen wir an, Sie stellen einem Interessenten, den Sie soeben gefördert haben, folgende Frage: „Wenn Sie an alle Leute denken, die Sie kennen oder durch mich kennenlernen könnten, glauben Sie daran, bis zum Ende Ihres ersten Monats fünf Personen fördern zu können? Leute, die gerne erfahren würden, wie sie sich in einem bis drei Jahren zur Ruhe setzen könnten?“

Die Meisten antworten: „Jeder, den ich kenne, würde das gerne tun können.“

Machen Sie nicht den Fehler, zusammen mit Ihrem neuen Mitarbeiter eine Gruppe von 5 Personen zu besuchen.

Begleiten Sie ihn fünf Mal, um jede einzelne Person zu besuchen. Wenn Sie eine Gruppe von fünf besuchen, kann eine einzige negativ eingestellte Person es für alle anderen verderben.

Außerdem bei 5 „Einzelgesprächen“ wird Ihr Mann das Gespräch fünf Mal sehen.

Dieses Training versetzt ihn in die Lage, seine 5 Personen bei ihren Besuchen zu begleiten und zu unterstützen.

Er wird zum Experten, indem er an ihren Interessenten übt, genauso wie Sie es durch das Üben an seinen Interessenten wurden.

Wenn Sie im ersten Monat fünf **seriöse** Menschen fördern können, sollten Sie in der Lage sein, ihnen zu helfen, jeweils 5 Personen innerhalb von drei Monaten zu fördern. Sie unterstützen sie dabei, ihren jeweiligen Leuten zu helfen – Sie gehen in die Tiefe und bringen Ihren Personen bei, so zu handeln wie Sie.

Nach sechs Monaten sollten Sie die vierte Stufe bereits erreicht haben.

Und selbst wenn es ein Jahr dauert – na, und?

Wenn Sie Ihr Geschäft richtig aufbauen, werden Sie Leuten begegnen, die die geschäftliche Gelegenheit nicht wahrnehmen wollen. Viele von ihnen werden lediglich Kunden.

#### **Unterschätzen Sie dies nicht:**

Wenn Sie nur 5 x 5 x 5 praktizieren, sind das 155 tätige Mitarbeiter.

Stellen Sie sich nur einmal vor, jeder erzielt 10 Fremdkunden, die nicht aktiv werden würden

- 1.550 Kunden würden nebenbei entstehen.

Und wir waren nur in der vierten Stufe Ihrer Struktur.

In Ihren Gesprächen gilt es den Kern zu treffen, stellen Sie vor Darstellung Ihres Geschäfts die wesentliche Frage:

*„Wenn Sie innerhalb von 6 Monaten zwischen DM 5.000,- und DM 10.000,- monatlich zusätzlich zu Ihrem Einkommen verdienen könnten, wären Sie dann bereit, in den nächsten 6 Monaten 5 bis 10 Stunden wöchentlich die Schulbank zu drücken, um zu erlernen wie?“*

Diese oder eine ähnliche Frage (1 – 3 Jahre zur Ruhe setzen ...) wird Ihnen schnell zeigen, ob Ihr Interessent bereit ist, Zeit einzusetzen, um das „Autofahren“ zu erlernen.

Bei „NEIN“ verkaufen Sie Ihr Produkt!  
Hier gibt es kein „NEIN“.

Bei „JA“ erläutern Sie das Konzept (Geschäftspräsentation).

#### **4. ZAHLENSPIELE, DIE ARGUMENTE UNTERMAUERN**

Was machen Sie, wenn einer aus Ihrer Frontlinie (d.h.: von Ihnen persönlich gefördert) Sie nicht länger braucht?

Sie können jetzt mit einem anderen arbeiten und eine neue Linie gründen.

Eine „Linie“ ist die Organisation eines Ihrer Mitarbeiter, die mindestens die IV. Stufe erreicht hat.

Anstatt sich den Kopf darüber zu zerbrechen, wen Sie in Ihr Geschäft einführen können, treffen Sie eine Auswahl aus all den Menschen, die Sie während Ihrer Zusammenarbeit mit den Gruppen Ihrer ersten fünf seriösen Mitarbeiter kennenlernten. Wählen Sie einen heraus, der die Möglichkeit erhalten wird, sich frühzeitig zur Ruhe zu setzen.

Eine spannende Sache, jemanden auswählen zu können, der diese Gelegenheit erhalten wird! Wenn Sie alles völlig verstehen und daran glauben, besitzen Sie eine Menge Macht.

Sie haben jetzt sechs Personen in Ihrer Frontlinie. Verdeutlichen Sie sich den Unterschied zwischen 5 und 6, der natürlich 1 beträgt. Gehen Sie weiter in die Tiefe Ihrer Organisation.

5	6
$\times 5$	$\times 6$
25	36
Differenz 11	

Fünf mal fünf ist 25.  
Sechs mal sechs ist 36.  
Die Differenz ist 11.

Machen Sie es noch einmal so!

25	36
$\times 5$	$\times 6$
125	216
Differenz 91	

25 x 5 ist 125.  
36 x 6 ist 216,  
und  
die Differenz zwischen 125 und 216 ist 91.

5 x 5 bis in die Tiefe, heißt in der VIII. Stufe 78.125 Mitarbeiter, die alle dafür sorgen, daß Ihr Einkommen wächst.

Ihre Gesamteinnahme beträgt DM 1.929.850,00.

An Bonifikationen hätten Sie zusätzlich DM 1.680.000,00 erhalten.

Aber auch weit davor sprengt Ihr Einkommen alle Grenzen. In der sechsten Ebene sind 15625 Mitarbeiter entstanden. Selbst hier - unabhängig von neuen Vertriebspartnern wird jeder mindestens 3 neue Kunden gewinnen, somit 46.875 x DM 21,50, d.h. auch hier kommen DM 1.007.812,50 (Stufe VI).

Verstehen Sie jetzt, welche Macht Sie besitzen?

Wieso Sie sich nach 1 – 3 Jahren zur Ruhe setzen könnten?

Dieses Spiel können Sie immer wiederholen, ständig und überall. Denn wenn die eine Linie steht (in der IV. Stufe), dann haben Sie wieder Kapazität frei für die nächste.

Das Allerwichtigste bei all Ihren Aufgaben ist

- a) die Gewinnung neuer Vertriebspartner erlernen
- b) die Gewinnung neuer Vertriebspartner zu lehren und
- c) das Lehren der Gewinnung neuer Vertriebspartner zu lehren.

Bedenken Sie: Aufwärtsmotivation (Goldene Regel Nr. 9) ist das Wichtigste innerhalb Ihrer Struktur.

Deshalb heißt Ihre Prämisse immer – neue Vertriebspartner müssen neue Vertriebspartner gewinnen.

Dabei unterstützen Sie sie solange, bis sie es alleine können.

Und Ihre Leute tun dies in der Zukunft auch.

Das gilt es zu lehren und zu überwachen. Denn an diesen „Kleinigkeiten“ hängt Ihr gesamter Erfolg.

Schicken Sie niemals einen Kapitän ohne Erfahrung auf die hohe See hinaus. Er wird untergehen, sich verfahren. Es entsteht Frust.

Jeder neue Vertriebspartner schaut sich genau an, was sein Ausbilder tut für dessen Erfolg.

Das was er sieht muß immer den Effekt bringen – „das kann ich auch“. Ansonsten ist der Schüler begeistert, zieht den Hut vor Ihnen aber denkt sich, daß er es selbst nicht schaffen werde.

Deshalb muß alles einfach sein.

Große Konfrontationen (Seminare, Gespräche in einer Runde) dürfen nicht eingesetzt werden als Mittel für den täglichen Erfolg. Davor haben neue Vertriebspartner oftmals große Ängste.

## **5. *REGELMÄSSIGE TRAININGS***

Ein wöchentliches Informationsseminar ist für die meisten im Strukturvertriebswesen Tätigen der Einstieg ins Geschäft. Aufgrund dieser Art des Einstiegs glauben viele, das Geschäft gehe darum, Menschen zu diesen Seminaren einzuladen. Sie laden ein, bis sie eine bestimmte Anzahl potentieller Gäste erreicht haben und glauben, sie kämen alle. Am Abend des Meetings erscheint jedoch kein einziger Gast. Das kann sehr entmutigend sein.

Ein typisches Meeting sieht so aus: in einem Wohn- oder Hotelzimmer sind Stühle in Reihen aufgestellt. Eine Tafel oder ein Flipchart ist vor der ersten Stuhlreihe aufgestellt.

Eine Person im Anzug stellt das Unternehmen, das Produkt und natürlich den Marketingplan vor. In der Regel dauert ein solches Meeting ca. anderthalb Stunden.

Von 22 Anwesenden sind 19 davon Mitarbeiter, die restlichen drei sind Gäste. Die Mehrzahl der eingeladenen Gäste ist gar nicht erst erschienen. Die Person, die das Meeting veranstaltet, spricht zu den Gästen. Sie oder er spricht mit nur drei von insgesamt 22 Personen! Für Mitarbeiter, die ein solches Meeting mehrmals besucht und die gleiche Präsentation immer wieder gesehen haben, wird es mit der Zeit sehr langweilig. Irgendwann leiden sie an „Meeting-Burn-Out“- sie brennen innerlich aus.

Wir kennen hunderte von Menschen, die bei einer Tasse Kaffee ein langes Gespräch mit einem Freund oder einer Freundin führen können. Dieselben Leute schlottern mit den Knien schon bei der Vorstellung, sich vor einer Gruppe aufstellen zu müssen. Nicht einmal die Größe der Gruppe macht einen Unterschied. Manch ein Vorstandsvorsitzender bekommt kalte Schweißausbrüche, wenn er nur vor dem versammelten Vorstand oder bei einem Treffen der Aktionäre sprechen soll.

Möchten Sie diese Ängste während des Aufbaus Ihrer Organisation aus dem Weg räumen? Möchten Sie spannende und interessante Meetings veranstalten? Sie können. Wenn Sie verstanden haben, WIE es geht, wird Ihre Organisation viel schneller wachsen.

## **6. *GESCHÄFTSPRÄSENTATION***

Wir treffen unsere Interessenten zu einem persönlichen Gespräch oder bei einer „Feuerrunde“ (siehe Goldene Regel Nr. 8).

Auch kann ein Gast vor dem Treffen dieses Handbuch lesen. Das kann Ihnen eine Menge Zeit einsparen.

Wenn Ihr Interessent das „Fahren“ bereits beherrscht, wird es wesentlich einfacher sein, ihm beim Wählen eines „Vehikels“ zu helfen.

Sprechen Sie zu Beginn unserer Präsentation über die stattgefundene Ansprache - je nachdem, welche Sie als „Köder“ wählten.

Fragen Sie nochmals, ob das Interesse ernsthaft und die Bereitschaft und der Wille gegeben sind.

Dann erläutern Sie das Thema Strukturvertrieb

- verschiedene Verkaufsarten (Einzelhandel, Direktverkauf, Strukturvertrieb)
- Modell 2 x 2 bis 5 x 5
- Aufgabe im Strukturvertrieb (Geschäftsidee weitergeben)
- Strukturbeispiel und Provisionsrechnungsbeispiel
- 4 Kriterien für ein gutes Geschäft

Alles darf insgesamt keine Stunde dauern.

Ca. 30 Minuten müssen ausreichend sein, als Info.

Wenn Sie pro Präsentation anderthalb Stunden benötigen, könnten Sie in der Vergabe Ihrer Termine wählerisch werden. Wie viele anderthalbstündige Präsentationen könnten Sie wöchentlich schaffen? Eine dreißigminütige Präsentation können Sie bequem in einer Kaffeepause einbauen, oder zwei während Ihrer Mittagspause.

#### **Bedenken Sie:**

Er wird sich verpflichten, für 5 bis 10 Stunden wöchentlich die Schule zu besuchen, um das Geschäft zu erlernen. Versuchen Sie nicht, ihm alles auf einmal zu zeigen, was er in den nächsten sechs Monaten lernen wird.

Die beiden wichtigsten Worte im Strukturvertriebswesen sind **FÖRDERN** und **LEHREN**.

Das am wenigsten wichtige Wort ist „verkaufen“. Die nächsten drei Wörter von Bedeutung sind **VORSTELLEN**, **INVOLVIEREN** und **BEFÖRDERN**.

Zuerst müssen Sie jemandem Ihr Geschäft **VORSTELLEN**.

Dann **INVOLVIEREN** Sie ihn 5 bis 10 Stunden wöchentlich über die nächsten sechs Monate.

Ihr Wissen und Motivation wird ihn im Laufe der Zeit **BEFÖRDERN**. Am Anfang wird er sich ein Einkommen von vielleicht DM 1.000,- im Monat vorstellen. Nach sechs Monaten wird seine Vorstellung größer ausfallen.

Wenn Ihr Interessent an seiner Eignung für Ihr Geschäft zweifelt, bieten Sie ihm an, an einem der Trainings teilzunehmen, bevor er seine endgültige Entscheidung trifft. Sinn dieses Trainings ist, Ihrem Mitarbeiter beizubringen, sich mit einem Freund bei einer Tasse Kaffee hinzusetzen und eine zwanzigminütige Präsentation über Ihr Unternehmen, das Produkt und den Marketingplan zu geben. Das Training sollte insgesamt nicht länger als eine Stunde dauern.

Bei einem regelmäßigen Training werden, im Gegensatz zu einem Informationsmeeting, eher die anwesenden Mitarbeiter als die Gäste angesprochen. Ist Ihnen schon einmal aufgefallen, wieviel glaubwürdiger ein Gespräch erscheint, wenn Sie „nur“ Zuhörer anstatt aktiver Teilnehmer sind? Während Sie Ihre Mitarbeiter lehren, Unternehmen, Produkte und Marketingplan im Rahmen einer Präsentation darzustellen, trainieren Sie gleichzeitig Ihre Gäste.

Das Endergebnis dieser Art des Unterrichts sind 19 Mitarbeiter, die besser darauf vorbereitet sind, die Gelegenheit anderen mitzuteilen, und drei Gäste, die einsteigen, weil sie sich durchaus vorstellen können, diesem Geschäft nachgehen zu können. Eine Person kann Trainer für eine ganze Stadt sein, und Sie erwecken nie die Vorstellung, nur wer vor einer Gruppe von Menschen sprechen kann, wird erfolgreich sein.

Regelmäßige Treffen aller Mitarbeiter in einer Gruppe sind von größter Bedeutung. Erinnern Sie sich an die Goldene Regel Nr. 8, „Begeisterung ist ansteckend!“? Sie müssen Ihre „Holzscheite“ beieinander halten, um die richtige Energie zu erzeugen, damit Ihre Mitarbeiter effektiver mit ihren Freunden reden können.

Sie können einen Gast zu einem Training einladen, ohne ihm Ihre zwanzigminütige Präsentation vorher zeigen zu müssen. Er wird sie sehen, wenn der Trainer den Mitarbeitern zeigt, wie sie die Präsentation darstellen sollen. Betonen Sie, daß Sie ihn zu einem Training einladen wollen, nicht zu einer Informationsveranstaltung. Die geschäftliche Gelegenheit wird er während des Trainings erkennen.

Ihr Geschäft sollte, lt. Goldener Regel Nr. 4, wie ein im Bau befindliches Hochhaus aussehen. Ein Hochhaus wird erst oberhalb der Baugrube sichtbar. Die Baugrube muß ein solides Fundament haben, sonst kann das Gebäude nicht entstehen. In diesem Geschäft wird Ihr Einkommen erst „sichtbar“, nachdem Sie ein solides Fundament gebaut haben.

## **7. WIE SIE MIT EINWÄNDEN UMGEHEN**

Sie unterhalten sich mit einem Zweifler:

*„Ich sehe, du hast Einwände gegen den Einstieg ins Geschäft. Du solltest wissen, daß ich dich trainieren werde, wenn du zusagst. Und wäre ich der Meinung, du könntest es nicht tun, würden wir uns jetzt über etwas ganz anderes unterhalten“.*

Die Frage, die Sie sich selber stellen sollten, lautet: *„Warum würde ich jemanden in mein Geschäft involvieren wollen, der es meiner Meinung nach gar nicht praktizieren könnte?“*

Sie könnten zu Ihrem Gesprächspartner auch sagen:

*„Wenn du erst einmal dreißig Tage dabei bist, wirst du verstehen, weshalb ich über deine Gelegenheit so aufgeregt bin!“*

*„Muß ich verkaufen?“*

*Nein. Das Produkt verteilt sich von selbst, während Sie Ihr Geschäft aufbauen. Sie bieten anderen Menschen eine Gelegenheit, sich nach 1-3 Jahren zur Ruhe setzen zu können.*

Die Definition des Wortes „Verkaufen“ wird von Menschen bestimmt, die zu 95% Nichtverkäufer sind. Sie definieren das Verkaufen als eine Tätigkeit, bei der man Fremde aufsucht und den Versuch unternimmt, ihnen etwas anzudrehen, das sie wahrscheinlich weder gebrauchen können noch haben wollen. Das müssen Sie in einem Strukturvertrieb niemals tun.



Zum Ersten handeln Sie nur mit Menschen, die Sie kennen. Und zum Zweiten handeln Sie mit einem Produkt, das jeder haben will.

„Ist es ein Schneeball-System?“

*Nein.*

*Schneeball-Systeme sind verboten.*

*Strukturvertriebe gibt es seit über dreißig Jahren und wenn sie illegal wären, hätte man sie schon längst verboten!*

Dieser Einwand entsteht aus der Angst vorm versagen. Die Person hat Angst davor, Ihr Geschäft auszuprobieren. Er fragt Sie, ob es ein Schneeball-System ist, weil er davon ausgeht, daß Sie die Frage nicht werden beantworten können und er Sie dadurch los wird.

„Ich kann es mir nicht leisten, einzusteigen.“

Unser Geschäft ermöglicht einen Einstieg ohne Kapital. Wenn er nicht den Rest seines Lebens damit verbringen will, für andere zu arbeiten, kann er es sich nicht leisten, *nicht* einzusteigen. Die Definition von „...es geschafft zu haben“ ist, mehr Geld zu haben, als man ausgeben kann, und die Zeit zu haben, es auszugeben.

„Meine Frau/mein Mann wird nicht interessiert sein“.

Lassen Sie sich davon nicht zurückhalten. In fast allen Fällen wird zuerst nur ein Partner das Geschäft aufnehmen.

Wenn das Geschäft erfolgreich läuft, wird der andere Partner miteinsteigen. Ihr Geschäft kann in einem solchen Fall wie eine Rakete abheben.

Wenn Ihr Paar das Geschäft gemeinsam aufbaut, bedeutet das nicht  $1+1=2$ , sondern es bedeutet  $1+1=$  viele – und das ist eine sehr starke Form von Synergismus.

„Wie tief sollte ich in die Gruppe hinein arbeiten?“

*Je tiefer, um so besser. Viele Mitarbeiter weigern sich, weiter als die letzte zahlende Ebene zu arbeiten.*

*Das ist ein Fehler.*

*Wenn Sie an Ihrer letzten zahlenden Ebene vorbei weiter in die Tiefe arbeiten, erzeugen Sie Hitze unter den Mitarbeitern, die für Sie „bare Münzen“ bedeuten.*

„Ich habe einfach nicht die Zeit...“

Es gibt vier Bestandteile des Anwerbens und Förderns:

1) Kontakte, 2) Zeit, 3) Energie und 4) Wissen.

Wenn wir es mit einem sehr beschäftigten Menschen zu tun haben, sagen wir einfach: *„Ich bitte Sie nicht um Ihre Zeit, sondern um Ihre Kontakte. Erwähnen Sie Ihren Freunden und Bekannten gegenüber die Idee des Strukturvertriebs, und sagen Sie Ihnen, sie mögen anrufen. In anderen Worten: wir nutzen Ihre Kontakte, meine Zeit, meine Energie, und mein Wissen. Sie werden dafür zwei Minuten brauchen, und ich werde zwei Stunden einsetzen“.*

„Mein Förderer hilft mir nicht. Was soll ich tun?“

*Verfolgen Sie Ihre „Linie“ nach oben, bis Sie jemanden finden, der Ihnen hilft.*

*Falls Ihr Förderer untätig bleibt, wird er irgendwann aussteigen; Sie werden demjenigen zugeordnet, der Ihnen wirklich hilft.*

„In einer Stadt, die etwa zwei Stunden von meinem Zuhause entfernt liegt, kenne ich fünf Menschen.“

Sollte ich alle fünf selber fördern, oder sollte ich nur einen fördern und die anderen ihm zuordnen?“

Niemals dürfen Sie einen Menschen einem anderen zuordnen, ohne sie vorher zusammengebracht und die gegenseitige Unterstützung und Nutznießung festgestellt zu haben.

Fördern Sie den Besten zuerst. Sie können dann ein paar Feuerrunden abhalten, um die anderen vier mit dem ersten bekannt zu machen. Wenn sie sich verstehen – großartig!

Wenn nicht, werden Sie sowieso die ganze Arbeit selber machen müssen, und können sie von daher selber fördern.

„Ich habe genug vom Strukturvertriebswesen. Mein Unternehmen hat soeben Pleite gemacht.“

Ein Vergleich wäre, einmal essen zu gehen, ein schlechtes Essen zu bekommen, und dann zu entscheiden, daß alle Restaurants in der Stadt nichts taugen! Sie wissen: in diesem Geschäft können Sie nicht versagen. Sie können lediglich aufgeben. Wenn Ihr Unternehmen Pleite macht, suchen Sie sich ein Neues. Geben Sie niemals auf. Stellen Sie sich die beiden möglichen Grabinschriften auf Ihrem Grab vor.

A) HIER LIEGT \_\_\_\_\_,  
DER ES EINMAL VERSUCHT  
UND AUFGAB

oder

B) HIER LIEGT \_\_\_\_\_,  
DER ES NIE SCHAFFTE, ABER  
NIE AUFGAB.

„Wann sollte ich meine derzeitige Arbeit aufgeben?“

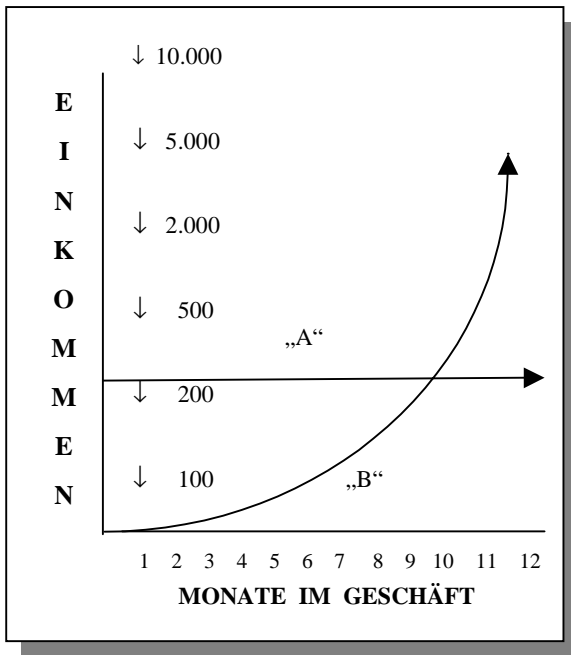
*Viele Mitarbeiter möchten zu schnell „vollzeit“ einsteigen. Das ist ein gravierender Fehler. Sie setzen sich selbst unter Druck, Geld SOFORT verdienen zu müssen. Es ist äußerst schwierig, ein Fundament auszubauen, wenn die nächste Miete bezahlt werden muß.*

*Ihren Job sollten Sie erst dann aufgeben, wenn Sie sich ein finanzielles Polster geschaffen haben und Sie mit Ihrem Strukturvertrieb mindestens zweimal so viel wie in ihrem bisherigen Job verdienen.*

„Es gibt zwei Möglichkeiten:

Entweder viel zu verkaufen und eine breite Basis zu fördern, oder mit ein paar wenigen Mitarbeitern (fünf auf einmal) zusammenzuarbeiten und in die Tiefe zu gehen.

Wie würden Sie diesen Unterschied graphisch darstellen?“



## 8. SCHLUSSWORT

Sie besitzen das allerbeste „Vehikel“, den Strukturvertrieb. Aber solange Ihre Mitarbeiter bzw. Repräsentanten nicht wissen, wie man „fährt“, werden sie nirgendwo ankommen.

Wenn Sie Ihre Leute die in diesem Handbuch dargelegten Goldenen Regeln lehren, bringen Sie ihnen das „Fahren“ wirklich bei.

Zeigen Sie niemals einer neuen Person Ihr Geschäft, ohne ihr das Fahren beizubringen.

Es wäre eine Verschwendung Ihrer Zeit.

Ein Mitarbeiter, der viel verkauft und eine breite Basis fördert, würde sich auf der Linie „A“ befinden.

Ein Mitarbeiter, der mit einigen seriösen Mitarbeitern zusammenarbeitet, befände sich auf der Linie „B“.

Fragen Sie Ihren neuen Mitarbeiter, auf welcher Linie er sich befinden möchte.

Wenn er auf der Linie „B“ antwortet, müssen Sie ihn fragen:  
 „Verstehst du, daß du auf der Linie „B“ erst in einigen Monaten gutes Geld verdienen wirst?“

*Wieder einmal programmieren Sie ihn auf einen Zeitabschnitt von sechs Monaten.*

**Erfolg ist machbar!**