

Neue Zeiten
erfordern
neue Methoden!



Gratisreport
Empfehlungsmarketing

Inhaltsübersicht

Falschaussage 1

Jeder ist ein potenzieller Kunde 7

Falschaussage 2

Es geht nicht ums Verkaufen, nur um Mund-zu-Mund-Werbung 10

Falschaussage 3

Das ist ein Geschäft für jeden! 12

Falschaussage 4

Wir bauen das Geschäft für Sie auf! 15

Falschaussage 5

Wir haben ein einmaliges Superprodukt! 17

Falschaussage 6

Es liegt an Ihrer mangelnden Motivation! 20

Falschaussage 7

Wir haben ein bewährtes System! 22

.....
Ein Klick auf den rechten Navigationsbalken bringt Sie von jeder Seite aus zur Inhaltsübersicht zurück.



Sehr verehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

egal, ob Empfehlungsmarketing für Sie bis jetzt noch ein Buch mit sieben Siegeln ist oder ob Sie bereits jahrelang versuchen, Ihre Haushaltskasse mit dieser Vertriebsform aufzubessern, hier erfahren Sie auf jeden Fall Dinge, die Ihnen die Augen öffnen werden.

Gerade, wenn Sie bisher alles so gemacht haben, wie Ihnen Ihre Sponsoren dies empfohlen haben, und dennoch auf keinen grünen Zweig gekommen sind, werden Sie in dieser Broschüre neue Ansätze finden. Diese Informationen werden Licht ins Dunkel bringen und Ihnen helfen, in dieser Branche ebenfalls erfolgreich zu sein.

Hier eine provozierende Aussage:

**Beinahe alles, was Ihnen Ihre Sponsoren erzählen,
können Sie in Bausch und Bogen vergessen!**

In dieser Branche wimmelt es leider von Mitläufern und Leuten, die von Tuten und Blasen keine Ahnung zu haben scheinen.

Empfehlungsmarketing (auch: Direktvertrieb, Multi-Level-Networking, Strukturvertrieb, Network-Marketing, Netzwerk-Marketing) bietet eine sehr reale und einzigartige Chance; immerhin ist dies die einzige Vertriebsform, die „Otto Normalbürger“ einen lukrativen Nebenerwerb bei freier Zeiteinstellung ermöglicht. Als Networker können Sie sich Freiräume schaffen, die Sie als fremdbestimmter Angestellter in der Regel nicht haben.

Siehe auch
Wikipedia:
Netzwerk-Marketing

Leider wird vielen interessierten Personen jedoch auch vorgegaukelt, dass sie völlig ohne Vorkenntnisse oder Verkaufserfahrung innerhalb eines halben Jahres pro Monat mehr dazuverdienen können als sie bisher hauptberuflich nach Hause bringen.

Doch bleiben wir zunächst bei einigen grundsätzlichen Dingen. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass die Vorurteile in diesem Bereich stark verbreitet sind. Ich selbst war lange Zeit ein Opfer einiger Fehlannahmen.

Empfehlungsmarketing ist eine völlig korrekte und rechtlich einwandfreie Vertriebsform. Allerdings müssen einige Voraussetzungen gegeben sein, zum Beispiel:

- ❖ Sie erhalten Produkte mit einem echten Nutzen und es besteht eine Nachfrage nach solchen Produkten.
- ❖ Die Kunden beziehen diese Produkte direkt vom Hersteller.
Egal auf welcher Vertriebsstufe das Produkt zum Kunden gelangt, bezahlt dieser immer denselben Preis.
- ❖ Es wird keine „Kopfprämie“ bezahlt. Dies bedeutet, dass die Provisionen und sonstigen Vergütungen nur auf die effektiven Umsätze bezahlt werden.
- ❖ Der Zeitpunkt des Einstiegs in das Vertriebsnetz wirkt sich nicht auf das Vergütungsschema aus.

Profit
networking im Internet

Erfolgreiches
Empfehlungsmarketing
ohne Akquise!

Zum Vergleich hierzu einige Merkmale so genannter „Schneeballsysteme“. Zwar ist nicht jedes Schneeballsystem ungesetzlich, sofern folgende Kriterien gegeben sind, sollten bei Ihnen jedoch die Alarmglocken klingeln:

- ✘ Es werden keine Produkte angeboten.
- ✘ Die Einstiegs- oder Lizenzgebühr ist sehr hoch.
- ✘ Der Produktpreis erhöht sich Ebene um Ebene.
- ✘ Für die Rekrutierung neuer Partner werden Anwerbepremien bezahlt.
- ✘ Es kommt entscheidend auf den Zeitpunkt des Einstiegs an.
- ✘ Die Letzten bleiben auf den Produkten sitzen.

In dieser Broschüre geht es natürlich um seriöses Empfehlungsmarketing.

Doch wie soll man hier die Spreu vom Weizen trennen?

In den Hochglanzbroschüren mancher Anbieter werden Superlative nur so durch die Gegend gewirbelt. Vieles davon ist nichts als heiße Luft, Schönrederei oder wiedergekäute Phrasendrescherei.

Woher kommt das?

Wenn Leute das Sagen haben, die von Verkauf und Marketing keine Ahnung haben, kann eigentlich nichts anderes dabei herauskommen.

Einige Techniken werden sicherlich funktioniert haben, sonst wären einige „alte Hasen“ in der Branche nicht mehr auf dem Markt. Aber heute leben wir im Zeitalter des Internet. Was vor zwanzig oder dreißig Jahren funktioniert hat, ist heute „Schnee von gestern“.

Viele Network-Gesellschaften scheinen die Zeichen der Zeit tatsächlich erkannt zu haben, doch die praktischen Ergebnisse bleiben aus.

Woran happert es?

Die Gesellschaften liefern weder Strategien noch technische Mittel, um ihre Angebote bekannt zu machen beziehungsweise zu verkaufen.

Zwar bieten viele Gesellschaften durchaus Webseiten an. Mit Ausnahme der Beraterdaten gleichen sie sich alle wie ein Ei dem anderen. Da diese Webseiten nichts Besonderes zu bieten haben, werden sie von Suchmaschinen schlichtweg ignoriert.

Andere Gesellschaften bieten so genannte Online-Stores. Doch wenn das schon der Gipfel der Idee ist, kann man genauso gut ein Formular ausfüllen und per Fax versenden.

Es gibt auch einige wenige Gesellschaften, die ausgebildete Webmaster beschäftigen. Diese erstellen dem Vertriebspartner eine maßgeschneiderte Webseite (oder Homepage). Leider kostet diese einige Tausender pro Jahr und damit ist dieses Angebot für die meisten Leute nicht interessant.