

# Das Profinetworking- SYSTEM



Effektives Empfehlungs-  
**MARKETING**  
ohne Akquisemethoden  
von gestern

# Inhaltsverzeichnis

## 0. Einführung:

Wie ich zum Empfehlungsmarketing kam 69

## 1. Persönliche Anziehungskraft

Was macht einen Menschen attraktiv? 71

Das Gesetz der Anziehung 72

Alpha-, Präalpha- und Betatypen 73

Das Johari-Fenster 74

Verhaltensmuster des Präalpha-Typen (Profianwärter) 74

Verhaltensmuster eines Alpha-Typen (Vollprofi) 76

## 2. Es geht nicht um Ihre Firma

Was ist Ihr Geschäft? 80

Wieso gehen Leute zu McDonald's? 81

## 3. Zum Profi werden!

Betrachten Sie Ihr Geschäft emotionslos! 83

Ihr Networkprodukt bringt Ihnen kein Geld! 86

Worauf es ankommt 86

Sechs Voraussetzungen, um im Empfehlungsmarketing Erfolg zu haben 88

## 4. Das Profinetworkingsystem

Nichts für Hobby-Netwerker 85

Unsichtbare Erfolgsfaktoren 85

## 5. Interessenten finden

Zwei Bestandteile eines effektiven Marketingsystems 89

Was qualifiziert Netwerker als Zielgruppe? 89

Wofür sollten Sie werben? 90

## 6. Bestandteile des Systems

Das ABC-Modell 91

Weitere Einnahmemöglichkeiten 93

Sie wollen **lieber** eine Version **ohne den rechten Navigationsbalken** (z.B. um sich beim Ausdrucken Tinte zu sparen)? Hier können Sie sie downloaden



Hallo!

Sie wundern sich vielleicht, wieso dieses E-Book mit Seite 67 beginnt. Nun, es ist eine Art zweiter Teil zu Ihrem Handbuch.

In diesem jetzigen Teil will ich versuchen, einige Aspekte zu vertiefen bzw. bereits Bekanntes aus einer neuen Warte zu beleuchten.

Es ist mein tiefer Wunsch, Ihnen mit den Informationen aus den E-Books und im Praxisteil nicht nur doppelt oder dreimal so viel Wert zu geben, wie Sie dafür bezahlt haben, sondern hundertmal soviel! Mindestens!

Ich sehe das Profinetworkingsystem als ein langfristig angelegtes Programm, es werden also ständig neue Einsichten und Erkenntnisse hinzukommen.

Beachten Sie bitte, dass die einzelnen Kapitel dieses E-Books aufeinander aufbauen.

Auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr

Benno Schmid-Wilhelm

benno@profinetworking.net

Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



## Eine Art Einführung:

Gestatten Sie mir, zunächst mit wenigen Worten zu schildern, wie ich zum Empfehlungsmarketing gekommen bin. Keine Bange, es erwartet Sie jetzt keine Lebensgeschichte. Der Zweck dieser einführenden Worte besteht lediglich darin, Ihnen zu vermitteln, dass aller Anfang schwer ist. Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Verzweifeln Sie also nicht, wenn Sie immer wieder auch mal straucheln und stolpern. Das ist das Normalste der Welt.

Nur Liegenbleiben dürfen Sie nicht!

Im Herbst 2004 besuchte ich ein Drei-Tages-Seminar in Las Vegas. Es hatte überhaupt nichts mit Empfehlungsmarketing zu tun, sondern ging um „financial education“. Vortragende war Loral Langemeier.

Aber in Pausen finden zwanglose Gespräche unter den Teilnehmern statt. Und irgendwie schien ein jeder irgendwie mit „networking“ zu tun zu haben.

Damals wurde offenbar ein Samen in mein Unterbewusstsein gesetzt, ohne dass ich es merkte.

Im Jahre 2006 brachte I-Bux.Com dann das knapp 500 Seiten starke E-Book „Die Millionärsdenke - Reichtum von innen“ von Boris Vene und Nikolas Grubiša heraus. Ich war der verantwortliche Lektor. Dieses sehr empfehlenswerte E-Book geht nur auf wenigen Seiten auf das Thema Empfehlungsmarketing ein (die beiden Herren gelten in ihrem Heimatland Slowenien als „MLM-Päpste), dennoch fühlte ich mich damals bemüßigt, ein paar zusätzliche Erklärungen einer Verbraucherzeitrunde mit in das E-Book aufzunehmen. In einem Blog-Beitrag vom Dezember 2006 kann man dies auch heute noch nachlesen.

Sie sehen bereits, ich war keineswegs von Vorurteilen frei.

Dann - die Leute würden sagen: „Wie es der Zufall so will“ - kam ich zu meiner ersten Networkfirma. Das Produkt waren Treibstoffpillen für einen sparsameren Spritverbrauch. Ich hatte gerade ein neues Auto gekauft, das auch einen modernen Bordcomputer besitzt und in der Tat konnte ich meinen Spritverbrauch senken. Aber ich wollte noch mehr neutrale Meinungen. Ich wollte erst völlig vom Produkt überzeugt sein, bevor ich mich ins nasse Wasser wagte.

Irgendwie kam immer etwas dazwischen. Ich verlor das Interesse - die neutralen Tester habe ich bis heute nicht gefunden.

Das Thema Empfehlungsmarketing trat wieder etwas in den Hintergrund. Bis ich dann über eine Freundin aus Frankreich auf das Prelaunch eines „Multi-Millionen-Giganten“ in Europa aufmerksam gemacht wurde. Da müsse ich unbedingt einsteigen. Ich wäre dann einer der Ersten.

Also gut. Nach relativ kurzer Zeit hatte ich über achzig Partner gesponsert, oder genauer gesagt, diese Personen hatten sich kostenlos und unverbindlich vorregistriert. Als es dann darum ging, eine Erstabnahme zu tätigen, dünnte sich diese Zahl rasch aus. Dann waren's bald nur noch drei.

Dazu kam, dass ich die sicherlich erstklassigen Produkte in meiner Wahlheimat Spanien überhaupt nicht anbieten konnte; ich konnte sie nicht einmal selbst beziehen, es sei denn, ich hätte zusätzlich die Transportkosten vom Zentrallager in Holland nach Spanien übernommen.

Dadurch wäre die Soße teurer gekommen als das Fleisch.

Meiner Freundin in Frankreich erging es ebenso. Die Aussage des damaligen Sponsors, wonach wir lediglich die Adresse unserer jeweiligen Mütter anzugeben bräuchten und schon wäre dieses Problem gelöst, war also eine weitere Falschaussage.

Mittlerweile bin ich bei meiner dritten Networkfirma. Diese Firma firmiert nicht nur mit dem Etikett „worldwide“, sondern ich kann die Produkte jetzt problemlos beziehen und anbieten.

Doch um Produkte oder Firmen geht es in diesem Nachfolgeteil gar nicht. Diese einführenden Worte sollen lediglich vermitteln, dass das Geschäft in Wirklich nicht so kinderleicht ist, wie es von der Upline gerne dargestellt wird.

Frustrationen sind also gerade in dieser Anfangsphase eher das Normale.

Der bisherige Weg funktioniert nicht. Sicherlich wissen Sie das bereits; Sie würden diese Zeilen vermutlich sonst nicht lesen.

Ich habe den Eindruck, dass die meisten Networker Häuslebauern gleichen. Nur fangen sie eben nie mit dem Bauen an, sondern sind ständig auf der Suche nach einer besseren Schubkarre (Gelegenheit, Firma).

Ich habe bereits feststellen müssen, dass mein Ansatz einigen Forumsbetreibern und Uplines überhaupt nicht gefällt. Entweder werden meine Beiträge gleich wieder herausgelöscht oder ich werde vom Moderator angegriffen.

Das ist aber gut so. Es zeigt, dass ich einen Nerv getroffen habe.

Beim Profinetworkingsystem geht es um etwas, das ich „**Sogmarketing**“ nennen möchte.

Um den Hintergrund zu erklären, müssen wir uns ein bisschen mit der Psychologie des Menschen beschäftigen. Dies ist das Thema des ersten Kapitels. Später werden wir uns dann dem Marketing widmen.

Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



## 1. Persönliche Anziehungskraft erlangen

Das dem Profinetworkingsystem zugrunde liegende Marketingmodell stammt nicht von mir. In anderen Sparten wird dieses Modell bereits seit Jahrhunderten erfolgreich eingesetzt. Nur in das Empfehlungsmarketing hat es bislang offenbar noch nicht Einzug gefunden.

Mindestens 97% der Networker erreichen in dieser Sparte niemals den finanziellen Erfolg, um davon leben zu können. Was also haben die Forumsbetreiber und Uplines zu bieten, was ihnen der normale - und meist geschäftsunerfahrene - Networker nachmachen soll? Was ist an den gestrigen Akquisemethoden so gut, dass es „dupliziert“ werden soll? Kein Mensch würde sich ein Auto kaufen, dass zu 97% der Zeit streikt.

Für die Nörgler und Kritiker habe ich also wenig Verständnis. Ich werde meine Zeit jedoch auch nicht damit vertun, auf entsprechende E-Mails oder Kommentare einzugehen.

Jemand hat mir sogar vorgeworfen, dass das System kostenpflichtig sei! Dabei kostet seine „Methode“ (Adressen kaufen) ein X-Faches - und bringt so gut wie nichts!

Uninteressierte Leute anzurufen, Hinz und Kunz eine CD aufzudrücken, ständig diesselben Einwände entkräften zu müssen, ist nervenaufreibend und vor allem unproduktiv.

Ich für meinen Teil habe nicht vor, das die nächsten zwanzig Jahre lang zu tun.

Man muss den Spieß also umdrehen.

Nicht mehr den Interessenten nachlaufen, sondern eine Sogwirkung erzeugen. Jetzt kommen die Interessenten auf mich (und auf Sie!) zu!

Wie stellen Sie das an?

Was macht jemanden für einen anderen Menschen attraktiv?

Warum sind Filmstars oder Spitzensportler von Fans umringt?

Warum wird überhaupt jemand „berühmt“?

Warum gibt es Frauen, die Machotypen nachlaufen, obwohl diese offensichtlich nicht die Gebildesten und Intelligentesten sind?

Woher kommt es, dass Sie zehn wildfremde Menschen zusammenwürfeln können und spätestens nach ein paar Stunden kristallisiert sich ein Anführer heraus?

Wieso will jeder mit den Besten seiner Branche zusammenarbeiten?

Warum ziehen manche Menschen Erfolg scheinbar mühelos an, während sich andere jahrelang umsonst abstrampeln?

Und vor allem:

Wie können Sie diese Gesetzmäßigkeiten künftig für sich nutzen?



All die auf der vorhergehenden Seite aufgeführten Beispiele haben mit der menschlichen Psychologie zu tun. Deshalb sollte dies unser Ausgangspunkt sein.

Es geht um das Gesetz der Anziehung.

Dieses Gesetz ist im übrigen auch dafür verantwortlich, dass ich diese Zeilen jetzt schreibe (und Sie sie lesen). Deshalb habe ich auf einige Seiten vorher in Anführungszeichen gesagt „wie es der Zufall so will“. Diesen Zufall gibt es nicht. Es verhält sich vielmehr folgendermaßen:

Innerhalb des unbewussten Teils des Gehirns befindet sich ein hochgradig spezialisierter Bereich. Der Fachausdruck hierfür lautet: retikuläre Kortex („retikulär“ bedeutet netzartig und „Kortex“ heißt „Rinde“).

Dieser Bereich ist ununterbrochen damit beschäftigt, Fakten, Zahlen und Informationen aufzunehmen, die für Ihr Ziel von Belang sind. Dieses Ziel muss Ihnen noch nicht einmal bewusst sein.

Dieser Bereich funktioniert wie ein Suchradar. In meinem Fall befanden sich die Zielvorgaben „Empfehlungsmarketing“ in Kombination mit „Internetmarketing“ in meiner retikulären Kortex und dann hat mich das retikuläre Aktivierungssystem („RAS“) zu den entsprechenden Informationen geführt.

Ich hatte also gar keine andere Wahl.

Das gilt generell für die Anziehungskraft: Sie wirkt immer. Wir können gar nicht anders.

Das ist eine biologische Kraft, die seit Jahrmillionen für unser Überleben als Spezies sorgt. Auch wenn sich die meisten Menschen damit nie beschäftigen, wirkt das Gesetz der Anziehung dennoch unbewusst bei jedem einzelnen.

Der Mensch ist von Natur aus ein „Herdentier“. Davon sind auch solche „Einzeltäger“ wie ich einer bin, nicht ausgenommen. Für mich gilt ebenso wie für alle anderen, dass wir von anderen lernen, bis wir selbst genügend Wissen und Erfahrung haben, um eine eigene Gruppe bilden zu können.

Keiner von uns kann für sich alleine überleben. Wir brauchen soziale Gruppen.

Der Anführer (im Tierreich heißt er Alphamännchen/-weibchen) ist meist der stärkste (körperlich oder geistig) oder dominanteste. Zu seinen Hauptaufgaben gehört der Schutz der Gruppe.

Bei uns Menschen haben sich die Werte zwar verändert und die Führungspersönlichkeit benötigt heutzutage zum Beispiel Fachwissen, gewisse Charaktereigenschaften oder soziale Fertigkeiten und nicht mehr so sehr körperliche Stärke, aber die Notwendigkeit von Führungspersönlichkeiten ist nach wie vor gegeben. Im Grunde ist der Mensch so gepolt, dass er jemand umso anziehender findet, je mehr der andere Mensch etwas Wertvolles zu bieten hat. Und bereits die Assoziierung mit einem solchen Menschen bringt den übrigen Gruppenmitgliedern einen sozialen Wertzuwachs. Deshalb haben Rockstars Groupies und Schauspieler Fans.

Wir können hieraus zweierlei lernen:

1. Der Mensch wird unbewusst zu anderen Menschen hingezogen, welche Führungseigenschaften vermitteln und etwas Wertvolles zu bieten haben.
2. Falls Sie im Empfehlungsmarketing (aber nicht nur in diesem Bereich) einen Siebenmeilenschritt nach vorne machen wollen, müssen Sie lernen, diese Eigenschaften zu vermitteln und anderen einen Nutzen bieten.

Solange Ihre Interessenten oder neuen Vertriebspartner diese Eigenschaften noch nicht besitzen, werden sie im Trüben fischen. Es kann durchaus Jahre dauern, bis diese Menschen dann endlich soweit sind.

Nun ein wichtiger Merksatz, wenn es ums Empfehlungsmarketing geht:

**Niemand steigt in ein Geschäft ein!**  
**Die Leute steigen bei Ihnen ein!**

Wir können für unsere Zwecke drei Gruppen von Menschen unterscheiden:

- ❖ Alpha-Typen
- ❖ Präalpha-Typen und
- ❖ Beta-Typen

Andere Bezeichnungen wären ...

- ❖ Profis (Führungspersönlichkeiten)
- ❖ Profianwärter
- ❖ Mitläufer.

Wollen Sie wissen, in welche Kategorie Sie fallen?

Wenn Sie das nächste Mal Blickkontakt mit einer attraktiven Person des anderen Geschlechts haben, achten Sie darauf, wie lange es dauert, bis Sie den Blick senken.

Wer hat zuerst weggeblickt?

Falls Sie „der Schuldige“ waren, befinden sich wahrscheinlich noch in Kategorie 2 oder 3. Falls Sie dem Blick der anderen Person standgehalten haben, sind Sie wahrscheinlich ein Alpha-Mensch.

Haben Sie darüber nachgegrübelt, was diese andere Person von Ihnen halten könnte?

Fühlten Sie sich nicht wohl in Ihrer Haut?

In diesem Fall entspricht Ihre Geisteshaltung der eines Präalpha- oder Beta-Typs.

Davon hängt alles ab: Von Ihrer geistigen Einstellung!

Nicht Geld, Berufserfahrung oder irgendetwas anderes entscheidet darüber, in welchen Kreisen Sie verkehren, sondern einzig und allein Ihre geistige Einstellung! Diese „Kreise“ sind ein Spiegelbild dessen, was Sie von sich selbst halten!



Was folgt daraus?

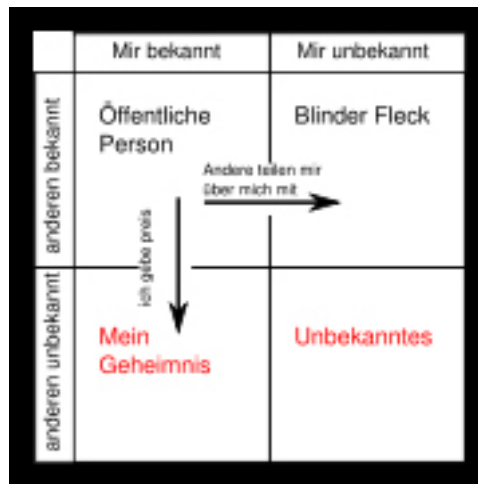
**Dass Sie selbst dafür verantwortlich sind, welchen Umgang Sie pflegen!**

Die Gesellschaft wird entweder mit dem einverstanden sein, was Sie tun, oder man wird Sie für einen Aufschneider halten, je nachdem, wie weit sich Ihr Verhalten mit der Einstellung deckt, die Sie zu sich selber haben.

Sie können nicht bloß so tun, als ob Sie an sich glauben würden. Vielleicht merken Sie es selbst nicht, die anderen jedoch schon. (Bei Interesse finden Sie Näheres hierzu in den Folge-Mails zu dem ebenfalls von Ihnen beworbenen E-Book „Wenn ich könnte wie ich wollte, wäre ich ...“, vor allem bei der Beschreibung über das sogenannte Johari-Fenster).

Solange Sie sich also noch in Kategorie 3 oder 2 befinden, ist es ganz normal, dass Sie noch zu kämpfen haben. Ihre Umwelt wird Sie herausfordern. Es können Ihre engsten Angehörigen sein, die solange sticheln und süffisante Bemerkungen loslassen, bis Sie selbst an sich glauben.

Dieses Phänomen lässt sich zum Beispiel auch bei einer Beförderung in einer Firma beobachten: Die frischgebackene Abteilungsleiterin fühlt sich noch nicht so ganz sicher in ihrem neuem Metier. Und so tuschelt man über sie. Sobald sie gezeigt hat, dass sie ihre Sache gut macht, hören die Witzeleien auf.



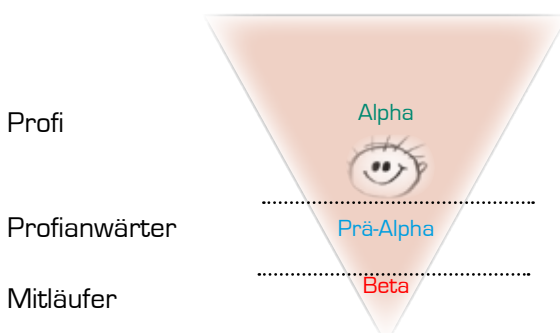
Jeder, der es in einem bestimmten Bereich zu einer Führungsaufgabe gebracht hat, kennt diese Zwischenphasen.

**Vor den sichtbaren Ergebnissen steht also immer der Glaube an sich selbst!**

Dieser Glaube an die eigenen Fähigkeiten führt zu bestimmten praktischen Schritten. Diese Schritte fallen anfangs vielleicht etwas unbeholfen aus, aber mit der Zeit werden Sie zu dem Menschen, der Sie **sein** müssen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Ihr Ziel in der Sparte Empfehlungsmarketing sollte es sein, ein Profinetworker zu werden (ein Alphatyp). Dazu gehört auch, dass Sie mit einer geistigen Haltung der **Fülle** an das Leben herangehen. („Fülle“ ist hier das Gegenteil von „Mangel“).

Sehen wir uns als Beispiel das Verhalten eines Präalpha-Typs an. (Also jemand, der das Zeug zum Profi hat, aber erst noch einiges zu lernen hat).



Dieser Networker hat die unterste Komfortzone bereits verlassen.  
Er hat zum Beispiel ...

- ❖ aktiv damit begonnen, sein Team zu schulen
- ❖ an sich gearbeitet, um seine Hemmschwellen abzubauen
- ❖ Gäste zu Veranstaltungen gebracht
- ❖ die persönliche Verantwortung für seine Ergebnisse übernommen
- ❖ Marketingkampagnen gestartet
- ❖ und er ist als Mensch gewachsen.

Die dritte Gruppe wäre die der Mitläufer (Beta-Typen). Diese Leute haben meist wenig Selbstbewusstsein und bieten anderen wenig Nutzen.

In diese Gruppe fallen Personen, die sich nichts zutrauen. Typischerweise reagieren sie und zeigen wenig Eigeninitiative. Wenn etwas schief geht, ist meist jemand anders schuld.

Der wesentliche Unterschied zwischen Profianwärttern und Mitläufern ist, dass die Profianwärtter über die Weitsicht und Bereitschaft verfügen, trotz aller Hürden weiterzumachen. Wer sich selbst nicht führen kann, kann auch andere nicht führen.

Doch alles braucht seine Zeit. Niemand fängt als Profi an und es wird in den meisten Fällen Jahre dauern, bis es ein guter Networker vom Beta zum Präalpha und dann zum Alphatypen bringt.

Wir sind immer noch beim Thema Anziehungskraft. Diese Anziehungskraft geht von Alphatypen aus. Hier einige Merkmale dieses Persönlichkeitstyps:

- ❖ Führungspersönlichkeiten wirken anziehend, weil sie Selbstvertrauen ausstrahlen und sich nicht um Kritik von außen scheren.
- ❖ Diese Leute wissen genau, was sie wollen und richten ihre Energie auf ein Ziel aus.
- ❖ Diese Leute dulden keine Missachtung. Wenn jemand ungebührliche Fragen stellt, gehen sie entweder gar nicht darauf ein oder geben eine Antwort auf die Art von Frage, die gestellt werden hätte müssen.
- ❖ Führungspersönlichkeiten bieten anderen Menschen einen großen Nutzen.
- ❖ Sie nehmen sich selbst an.

Sie sind bereit, etwas zu tun, was die meisten anderen nicht tun wollen.

In diese Alpha-Gruppe fallen beispielsweise folgende Menschen:

Der Teamleiter mit einer großen Orga,  
die Frau auf der Bühne, die Klasse ausstrahlt und sich stilvoll kleidet,  
der Gemeindepfarrer, der in seiner Pfarrei respektiert wird,  
der Unterhaltungskünstler, der seine Zuschauer in den Bann zu ziehen versteht ....



Als Alpha-Networker (Profi) bieten Sie Nutzen. Das macht Sie für viele andere attraktiv.

Das ist die Grundlage des Profinetworkingsystems.

Die Profinetworkerin läuft niemandem hinterher, sie schmeichelt sich bei niemandem ein, sie bettelt nicht ...

Das hat sie alles gar nicht nötig!

Profinetworker haben einen ständigen Zulauf, weil sie etwas zu bieten haben, was den meisten anderen Sponsoren nicht in ihren kühnsten Träumen einfallen würde. Der Profinetworker hängt keine Zettel in Supermärkten aus oder verschickt keine Infomappen an Verwandte, er kauft auch keine Adressen und hat keine duplizierte Firmenwebseite, die ohnedies niemand im Internet findet.

Der Profinetworker weiß, dass es zu neunzig Prozent auf seine Einstellung ankommt und dass nur zehn Prozent mit der Umsetzung zu tun haben.

Dieser Typus lebt „im Fluß“. Er ist positiv und weiß, dass jede negative Anwendung, jede schlechte Nachricht und jeder Neider nur dazu beitragen, dass dieses „Im-Fluß-Sein“ gestört wird. Deshalb meidet er solche Einflüsse und Menschen wie die Pest.

Würden Sie gerne ein solcher Mensch sein?

Wissen Sie was? Sie haben gar keine andere Wahl!

Wenn Sie erfolgreich sein wollen, bleibt Ihnen gar nichts anderes übrig, als zum Profi zu werden. Dann geht am Alpha-Typen gar kein Weg vorbei. Erfolgreiche Beta-Typen gibt es nicht.

Bitte durchdenken Sie diese Informationen.  
Wie weit treffen sie auf Sie zu?

Aus dem Gesagten ergibt sich natürlich die Frage:

*„Wie werde ich ein Profinetworker?“*

Am Besten lernen Sie von Leuten, die bereits ein Stückchen weiter sind als Sie. Achten Sie auf folgende Eigenschaften:

- ❖ Profis sehen das Glas immer (mindestens) halb voll.  
Profis können sich kein Mangeldenken erlauben.  
Der Profi „braucht“ keine Leute zu sponsorn.  
Sobald Sie etwas von einem anderen Menschen „brauchen“, geben Sie automatisch Ihre Entscheidungsfreiheit an diesen anderen Menschen ab.

Jedes Gefühl der „Bedürftigkeit“ zieht Sie herunter.  
Halten Sie sich immer die Fülle vor Augen. In allen Bereichen:  
Geld  
Interessenten  
Gelegenheiten ....  
Es gibt jede Menge davon!

Jemand will nicht bei Ihnen mitmachen?  
Dann lassen Sie ihn in Ruhe!  
Verschwenden Sie keine einzige Sekunde mit Überzeugungskünsten!

- ❖ Profis kümmern sich nicht um Neid und Kritik.  
*„Neid ist die höchste Form der Anerkennung.  
Mitleid gibt's umsonst, Neid muss man sich verdienen“.*

Sobald Sie Ihren Kopf auch nur ein wenig aus der Masse herausstrecken, wird es nicht ausbleiben, dass sie jemand auf den Schlipps getreten fühlt. Dieser „Jemand“ ist logischerweise ein unsicherer Beta-Typ, der Ihnen den Erfolg nicht gönnt.

Beta-Typen übernehmen keine Verantwortung für ihr eigenes Leben; sie fühlen sich als Opfer.

Alpha-Typen lassen sich von deren beißenden Bemerkungen nicht beirren.

- ❖ Profis können „Nein“ sagen. Als Profi wissen Sie, dass Sie es nicht jedem Recht machen können.
- ❖ Profis treten für ihre Partner und Mitarbeiter ein. Der Profi hat es zu seinem Anliegen gemacht, die Lebensverhältnisse seiner Partner zu verbessern - nicht weil er dazu verpflichtet wäre, sondern weil es ihm am Herzen liegt.
- ❖ Profis sind risikobereit. Da sie die Geisteshaltung der Fülle einnehmen, wissen sie, dass das, was wie ein Risiko aussieht, in Wirklichkeit nur eine Illusion ist.
- ❖ Profis glauben an sich, sind umgänglich und nehmen die Dinge nicht bierernst; sie können über sich selbst lachen.
- ❖ Profis sind entspannt (denken Sie an James Bond. Auch in der kniffligsten Situation ist 007 völlig relaxt).
- ❖ Profis fahren nicht aus der Haut. Profianwärter (Beta-Typen) gehen in die Defensive oder fühlen sich beleidigt, wenn sich jemand kritisch äußert. Der Profi jedoch bleibt der Herr der Lage oder steht über solchen Zwischenfällen.
- ❖ Profis beenden ihre Sätze nicht mit einem beifallheischenden „nicht wahr?“ oder „stimmt's?“
- ❖ Profis wissen, dass neben der Gesundheit die Zeit ihr höchstes Gut ist. Sie achten deshalb darauf, sie nicht unnützlich zu vergeuden.

Wozu ist diese Aufzählung gut?

Sie soll Ihnen vor Augen führen, dass Sie bestrebt sein sollten, anderen ständig **mehr Wert und Nutzen zu bieten**.

Je wertvoller Sie für andere werden, umso mehr werden sich die Leute um Sie reißen!



Gehen Sie in sich und überlegen Sie:

*Wie kann ich mich für andere Menschen nützlicher machen?*

Bedenken Sie ....

Bei welcher Networkfirma Sie sind, spielt keine Rolle!

**Worauf es ankommt, ist, welchen Wert und Nutzen Sie persönlich bieten können!**

Sind Sie in der Lage, effektive Werbemöglichkeiten vorzuschlagen?

Können Sie Ihrem Team beibringen, wie die Interessentenliste länger wird?

Solange Sie noch Probleme mit dem Sponsorn haben, bieten Sie noch nicht genügend Nutzen.

Falls Sie jemand Ihrem Team anschließt, erwartet er/sie von Ihnen etwas. Dieser Mensch stellt sich die „Wabrimida“-Frage.

Wenn Sie diese Frage nicht zur Zufriedenheit des neuen Partners beantworten können, wird er nicht lange bei Ihnen bleiben, sondern bald wieder zu jemandem anderen abwandern, von dem er sich mehr verspricht.

Da die meisten, die als Sponsoren im Empfehlungsmarketing „tätig“ sind, von Verkauf und Marketing nicht den blassesten Schimmer haben, ist Ihre Konkurrenz gering. Sie können sich also entspannen. Häufig genügt es bereits, wenn Sie nur ein bisschen besser sind als das Gros der übrigen Sponsoren und schon haben Sie die Nase vorn!

Es gibt Leute, die sich von diesem Profinetworkingsystem die alleinseligmachende Antwort versprechen. Diese Personen stellen dann Fragen im folgenden Stil:

*„Ich bin bereits soundso lange im Networking tätig, wer garantiert mir, dass es mit Ihrem System klappen wird? Schließlich habe ich bereits jede Menge Bücher studiert und es hat alles nichts gebracht.“*

Wer mit einer solchen Geisteshaltung an ein Geschäft herangeht, hat hinten und vorne nichts kapiert. Mit dieser Einstellung werden diese Leute es niemals schaffen!

Warum?

Weil es darum geht, den Wert und Nutzen für andere ständig zu verbessern. Ein jeder von uns muss ständig an sich arbeiten und dazulernen. Ein Leben lang!

Sich von einem einzigen Buch, Kursus, Seminar oder System zu erhoffen, dass dies die letzte und einzige Information sei, die man bräuchte, um im Empfehlungsmarketing auf Dauer erfolgreich zu sein, grenzt an Idiotie!

**Je mehr Sie verdienen wollen, umso mehr müssen Sie Ihre persönliche Entwicklung und Weiterbildung investieren!**

Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



Ich selbst habe mir vorgenommen, der beste Benno Schmid-Wilhelm zu werden, der ich sein kann. Ich habe mir gestattet, am Ende von Teil 1 des Handbuchs den bekannten Ausspruch von Sokrates zu zitieren:

*Ich weiß, dass ich nichts weiß.*

Aber ich weiß auch, dass es auf meine unzähligen Fragen Antworten gibt. Dazu muss ich ständig weitere Bücher lesen, mich mit Leuten austauschen, die bereits weiter sind als ich und meinen Nutzwert ständig erhöhen.

Jeder, der es in einem bestimmten geschäftlichen Bereich zu Erfolg gebracht hat, hat sich einen Wissensfundus angeeignet, wofür ihm der Ehrendokortitel verliehen werden sollte. Wenn Sie zu ersten Mal in ein fremdes Haus kommen und neben einem Atlas und einem alten Duden keine weiteren Bücher vorfinden, können Sie davon ausgehen, dass diese Leute kein erfülltes Leben führen. Wenn Sie aber in ein Haus kommen, in dem Regale voller Bücher stehen, wissen Sie auch, dass dieser Mensch an sich arbeitet. Dies kommt ihm innerlich und auch finanziell zugute.

Das Profinetworkingsystem ist also nicht der Weisheit letzter Schluss. Es soll Sie lediglich auf den Weg bringen. Ein „letztes Buch, System oder Programm“ wird es niemals geben; es gibt etwas Neues dazuzulernen!

Wer dazu nicht bereit ist, bleibt sein Leben lang als Mitläufer auf der Beta-Ebene.

Wenn Sie aus diesem E-Book nur einzige Idee ziehen, die Sie in die Praxis umsetzen, hat sich die Lektüre bereits gelohnt. Denn diese Idee wird wieder zu einer weiteren Idee führen und mit der Zeit werden sich diese konstrutiven Ideen akkumulieren.

... Und Sie haben nicht einmal etwas dafür bezahlen müssen! Alle zusätzlichen Informationen, die Sie im Praxisteil finden, sind bereits in der einmaligen Gebühr enthalten. Auf Lebenszeit!

Haben Sie aber dennoch keine Scheu davor, auch einmal tief in die Tasche zu greifen, um sich weiterzubilden. Wenn ich das eingangs beschriebene Seminar in Las Vegas nicht besucht hätte, würden Sie diese Zeilen jetzt nicht lesen. Es hat mich damals eine Stange Geld gekostet - ich bereue keinen Cent davon!

Lesen Sie jedes Buch, das Sie in die Finger kriegen können!

Letztendlich hängt Ihr Erfolg in dieser Sparte nur von zwei Dingen ab:

1. Ob Sie mit der Zeit auf die **Alpha-Ebene eines Profis** hochsteigen und von dort aus anderen Menschen **Nutzen bieten** können.
2. Ob Sie bereit sind, sich **Marketingwissen** anzueignen (wobei ich selbst den Schwerpunkt auf virales Marketing lege, weil dies ein kostengünstiger und effektiver Ansatz ist. Es steht Ihnen natürlich frei, darüberhinaus andere Wege zu gehen).

Ich bin sicher, dass Sie das Zeug dazu haben!  
Das Potenzial steckt bereits in Ihnen. Bringen Sie es zur Entfaltung!

## 2. Es geht weder um Ihre Firma noch um Ihre Produkte!

Empfehlungsmarketing ist nicht das, wofür es die meisten Networker halten. Und die meisten merken dies leider auch nie.

*Mein Produkt ist billiger.  
Meine Firma ist schuldenfrei.  
Wir haben weltpatentiertere Produkte.  
Mein Produkt stammt aus dem Amazonas.  
Mein Produkt enthält nur 20 Kalorien ....*

Wen interessiert das?

Den Verbraucher interessiert lediglich, ob ihm Ihr Produkt eine Lösung für sein Problem bietet. Wenn er damit sein Problem lösen kann, ist völlig egal, ob Ihr Produkt „einzigartig“, „innovativ“, „patentiert“ oder nicht ist, ob es gestern erfunden wurde oder ob es bereits seit Jahrtausenden bekannt ist.

Vergessen Sie also die Merkmale und Preisfaktoren Ihres MLM-Produkts. Und vergessen Sie auch Ihre Mitbewerber!

Sie haben nämlich gar keine!

Wie bitte?

Weil sich Ihr Geschäft nämlich nicht um Ihr Produkt dreht, Ihr Hauptgeschäft ist das

Marketing!

Wer es versteht, seine Angebote am besten zu vermarkten, bleibt letztendlich Gewinner.

Brennen Sie sich diese Aussage bitte in Ihren Kopf ein:

**Ihr Geschäft ist das Marketing!**

Sie können das weltbeste Produkt haben, solange Sie es aber nicht vermarkten können, verdienen Sie damit nicht einen einzigen müden Cent oder Rapfen. **Ihr Geld verdienen Sie nicht mit Ihren Produkten; Ihr Geld verdienen Sie mit der richtigen Vermarktung Ihrer Produkte!**

Ihr Produkt ist also Ihr Marketingsystem. Auf der anderen Seite haben Sie dann Spitzenleute, die mit Ihnen zusammenarbeiten, oder Produktabnehmer.

Sie verkaufen den Vertriebspartnern ein Marketingsystem. Das Marketingsystem verkauft die Produkte Ihrer Networkfirma.

Um dies zu veranschaulichen, können wir uns die Fastfood-Kette McDonald's ansehen.

Profit  
networking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!

Ich denke, dass mir jeder beipflichten wird, wenn ich sage, dass die Hamburger bei McDonald's keine Gastronomieauszeichnung verdient haben. Wer gut speisen will, geht woanders hin.

Was aber kriegen wir bei McDonald's?

Wir erhalten ....

- eine schnelle Abfertigung
- ein vorhersehbares Erlebnis
- erschwingliche Preise.

Diese Faktoren wurden von den Firmengründern und Managern in der Tat bis zur Perfektion verbessert. Wer heute eine Lizenz für die Eröffnung eines McDonald's-Restaurants erwirbt, hat nicht die Absicht, eine erlesene Kundenschaft anzuziehen oder besonders ausgewählte Speisen anzubieten. Der Lizenznehmer will mit diesem Restaurant Geld verdienen und Ray Kroc, der Gründer, hat hierfür ein System geschaffen.

Und was ist ein „System“?

Im Grunde ist ein System nichts anderes als eine Reihe von Hilfsmitteln und Anleitungen.

Unsere Aufgabe besteht darin,

- den Vertriebspartnern ein System anzubieten;
- uns selbst und ihnen Marketingwissen beizubringen. Auf diese Weise steigen die neuen Partner mit der Zeit auf die Alpha-Ebene auf und werden zu Profis. Dies versetzt sie in die Lage, dieses System ihrerseits neuen Partnern anzubieten und über die Partnerlinks zu verdienen.

Sobald Sie mindestens fünf solcher Profis gefunden haben, befinden Sie sich auf dem direkten Weg zur finanziellen Unabhängigkeit!

Der größte Vorteil, den Ihnen die Sparte Empfehlungsmarketing bieten kann, besteht nicht in der finanziellen Entlohnung. Auch nicht der freien Zeiteinstellung oder den neu gewonnenen Freundschaften.

Der größte Vorteil ist, dass Sie der Mensch werden können, welcher potenziell in Ihnen angelegt ist!

Die Hilfsmittel, Ressourcen und Marketingmaterialien sind für jedermann, der Zugang zum Praxisteil hat, dieselben; der Unterschied besteht lediglich in den individuellen Stärken, die ein jeder mitbringt.

Die richtige Networkfirma, das richtige Produkt und das richtige Marketingsystem können Ihren Erfolg durchaus beschleunigen; sie gleichen einer geschärften Axt (im Gegensatz zu einer stumpfen).

Ihr Endergebnis hängt jedoch von etwas anderem ab:

**Dass Sie dann anfangen, Erfolg zu haben, sobald Sie sich entschließen, anderen einfach weiterzuhelfen, auch wenn Sie selbst noch Wissenslücken haben.**

Zerbrechen Sie sich nicht mehr den Kopf über irgendwelche Einzelheiten, mit denen sich die meisten anderen unnötig aufhalten.

Profit  
networking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



Die meisten Networker sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr, sie verbeißen sich in Nebensächlichkeiten (Vergütungsplan, irgendwelche Formulierungen auf der Landing Page, in welchem Abstand Autorespondertexte versandt werden sollen ...). All dies sind Dinge, die sich außerhalb von Ihnen abspielen. Das ist die Denke von Beta-Leuten. Alpha-Leute fangen innen an!

Jeder äußere Erfolg beginnt zuerst im innern!

Dieses Geschäft bietet uns eine Möglichkeit, tausende von Menschen aufzubauen, zu inspirieren und positiv zu beeinflussen. Landesgrenzen spielen keine Rolle mehr. Was Sie heute tun, löst eine Kettenreaktion aus, die sich auch in Jahren noch bemerkbar machen wird und keiner von uns kann vorhersehen, welche Auswirkungen das mit sich bringen wird.

Ich brauche bloß an meinen Pausengespräche seinerzeit in Las Vegas zu denken. Wer hätte gedacht, dass ausgerichtet ich - bei meinen damaligen Vorurteilen und meinem damaligen Unwissen - ein Profinetworkingsystem erstellen würde?



### 3. Wie Sie zum Profi werden!

Eine Seite vorher haben Sie gelesen, dass Ihr Erfolg dann auf dem Weg zu Ihnen ist, sobald Sie anderen weiterhelfen wollen. Aber es kommt noch etwas Wichtiges hinzu:

#### Bringen Sie keine Emotionen mehr ein!

Sehr viele - vielleicht sogar die meisten - Neueinsteiger in dieser Sparte handeln anfangs aus einem Gefühlsüberschwang heraus. Sie sind vielleicht verzweifelt, vielleicht enorm begeistert, vielleicht voller Hoffnung ...

Leider besteht das Gros der Leute, die sich mit Empfehlungsmarketing beschäftigen, auch aus Personen, die nie zuvor selbständig tätig waren. Dieser Punkt wurde ja auch bereits in der kostenlosen Broschüre „MLM = Mit Lügen manipulieren oder Marketing leicht machen?“ kurz angesprochen.

Das Geschäftsleben erfordert eine gewisse Disziplin. Und es erfordert eine Reihe von Fertigkeiten und Fähigkeiten. Davon wissen die meisten Networker nicht das Geringste.

Und was machen sie dann ...?

Diese Leute geben Geld aus,  
sie investieren ihre Zeit,  
sie stecken - vielleicht zum ersten Mal - ihre Nase aus der vertrauten Komfortzone heraus und ...  
haben einen enormen Bammel vor dem Scheitern.

Diese Leute haben die besten Absichten, aber sie wissen nicht, wie sie vorgehen sollen. Von ihren Bekanntenlisten versprechen sie sich eine verheißungsvolle Zukunft, von jedem Meeting erwarten sie Erfolgsgeheimnisse. Jede Abfuhr ist wie ein Schlag in die Magengrube. Jeder ausgegebene Euro ist ein Glücksspiel. Alles wird persönlich genommen.

Und wenn sich dann doch mal einer anmeldet, ist das ein Grund zum Feiern.

Durch alles zieht sich die Emotion hindurch. Und gerade deshalb werfen sie wieder das Handtuch!

Wenn jemand von Anfang an voller Feuer und Flamme für das Profinetworkingssystem ist, läuten bei mir die Alarmglocken. Dann weiß ich, dass dieser Mensch von Emotionen gesteuert wird - er wird bald wieder von seiner Wolke sieben herunterfallen (und dann vielleicht mir die Schuld zuschieben).

Ein solcher Gefühlsüberschwang rührt aus einem Mangeldenken. Dahinter steht nicht selten eine Versagensangst.

Jede neue Sache ist ein Lernprozess. Das ist auch hier nicht anders. Wenn dieser Prozess aber mit einem Übermaß an Emotionen verbunden ist, werden Sie gewisse Dinge nicht tun, die bei Ihnen „Unlust“ auslösen („Unlust“ im psychologischen Sinne ist alles, was wehtut). Sie werden sich also zum Beispiel darum drücken, jemanden anzurufen.

Der Profi hält Emotionen aus seinen Geschäften heraus. Mal klappt etwas, mal nicht. Ohne Auf gibt es kein Ab. Das gehört ganz einfach zum Leben; kein Grund, sich aufzuregen!

Manchmal scheint alles wie verhext. Aber schon Napoleon Hill schrieb sehr weise:



*„Jeder Misserfolg trägt in sich den Samen für einen noch größeren Erfolg!“*

Und James Allen bemerkte, ebenfalls bereits vor hundert Jahren:

*Der Seelenfriede gehört zu den schönsten Perlen der Weisheit. Er ist das Ergebnis einer langen und geduldigen Bemühung um Selbstbeherrschung.*

Gut, bevor ich jetzt zu philosophisch werde, widmen wir uns lieber wieder dem Profinetworkingsystem.



## 4. Das Profinetworkingsystem

Dieses System wurde ja bereits in mehreren Publikationen beschrieben. Aber manchmal muss man etwas mit anderen Worten lesen - und schon macht es Klick!

Als Profinetworker sind Sie **selbständiger Unternehmer**.

Das ist etwas anderes als eine Hobbybeschäftigung.

Wer sich als selbständiger Unternehmer sieht, weiß, dass er eine **Lernkurve** vor sich hat. Dies betrifft nicht nur die geschäftlichen Dinge, sondern auch Faktoren wie

- Selbstbild,
- Selbstvertrauen,
- geistige Einstellung,
- usw.

Diese Dinge sind wichtiger als die Entscheidung, welcher Firma Sie sich anschließen sollen. Natürlich ist die Firma nicht ganz unwichtig; falls Ihre jetzige Firma absolut nichts taugt, ist es an der Zeit, einen Wechsel einzuleiten, viel **wichtiger aber ist die Arbeit an sich selbst**:

Sie müssen zunächst innerlich ein erfolgreicher Mensch **sein**!

Dazu gehört, dass Sie sich vorstellen können, zum Profi zu werden.

Wahrscheinlich zunächst über den Umweg der Präalpha-Phase, aber das ist ganz normal.

Diese innere Einstellung wird Ihnen ein neues Selbstbewusstsein verleihen.

Sie werden bereits eine Führungspersönlichkeit **sein**, bevor Sie auch nur einen einzigen Menschen in Ihrer Downline haben!

Dieses Sein ist die Voraussetzung für das spätere Haben!

Des Weiteren müssen sich die im Praxisteil beschriebenen Techniken aneignen; dies betrifft insbesondere das Verfassen von Werbetexten (Copywriting) und die Nachfasstechniken über Autoresponder.

Kein Produkt verkauft sich „von selbst“. Wer also glaubt, am Marketing ginge ein Weg vorbei, schneidet sich ins eigene Fleisch.

Über ein Produkt bauen Sie keine Downline auf. Sie zweifeln?

Bestellen Sie sich für 5000 Euro jede Menge Ihres Produkts und lassen Sie es sich anliefern. Dann setzen Sie sich in Ihren Schaukelstuhl und warten darauf, wie Ihr Kontostand steigt.

Na ja. So wird es wohl nicht kommen.

Nur Ihre Führungseigenschaften, kombiniert mit effektiven Marketingmethoden, werden dazu führen, dass Sie auch ein Team aufbauen!

Beim Profinetworkingsystem geht es darum, Leute zu gut geschulten und fachlich versierten Partnern zu machen, die dann in der Lage sind, im großen Stil zufriedene Endkunden zu finden. Diese Endkunden beziehen das MLM-Produkt und haben ansonsten nichts mit dem Profinetworkingsystem zu tun.



Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



Diese Leute trinken einfach gerne den von Ihnen vertriebenen Gesundheits-saft, tragen Ihre Gesichtscreme auf oder fühlen sich mit Ihren Zellenergieprodukten vitaler. Das bringt Ihnen passive Einnahmen.

Versprechen Sie sich vom Profinetworkingsystem also nicht, dass diese Endverbraucher Ihre Geschäftspartner werden. In Einzelfällen vielleicht, aber das ist nicht das Ziel. Erwarten Sie Ihren Erfolg nicht von außen. Das tun die Leute auf der Beta-Ebene - Sie nicht!

Was das Profinetworkingsystem aber für Sie tun kann, ist, dass Sie eine immer bessere Marketingfachfrau/-fachmann werden. Sie werden immer besser, und dadurch für andere Menschen auch immer nützlicher und wertvoller.

Der Networker, der mit einer bestimmten Firma keinen Erfolg hat, sucht die Schuld meist bei der Firma oder ihren Produkten. Ein paar Monate darauf versucht er es bei der neuen „Superfirma“. Solange er jedoch nicht an sich selbst arbeitet, solange er sich keine Marketingkenntnisse aneignet beziehungsweise die vorhandenen Kenntnisse vertieft, nützt ihm auch der beste Vergütungsplan absolut gar nichts!

Die einzige Art und Weise, Ihren Erfolg in dieser Sparte auf ein solides Fundament zu stellen, besteht darin, dass Sie zum Profi werden. Wer sich ständig nach dem letzten Schrei umsieht und von einer Prelaunch-Phase zur nächsten torkelt, hat sich nicht als Profi qualifiziert.

Halten wir also fest:

Ihr Networkprodukt bringt Ihnen kein Geld.

Erst die Vermarktung dieses Produkt bringt Ihnen Einnahmen!

Alles dreht sich immer wieder um das

effektive Marketing!!!!

Sobald Sie darin firm sind, brauchen Sie

- nicht mehr zu verkaufen
- niemanden mehr auf seine „Chance“ anzusprechen
- keine Handzettel mehr zu verteilen.

Dann ...

- werden Sie dafür bezahlt, dass die Leute bei Ihnen mitmachen dürfen
- kann jeder das System kopieren, indem er genauso vorgeht, wie im Praxisteil beschrieben
- kann jeder, der die anfängliche zeitliche und finanzielle Investition (Kosten für Autoresponder und Webspace) leisten will, relativ rasch Einnahmen erzielen.

Das Problem besteht darin, dass die allermeisten Networker davon nichts wissen und es deshalb grundfalsch machen. Diese Leute ...

- vertun ihre Zeit mit Bekanntenlisten und Kaltkontakten.

Nein Danke.

Gott-sei-Dank wohne ich direkt am Meer. Dann gehe ich lieber angeln.

Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!

Hören Sie deshalb spätestens jetzt auf, Onkel Fritz und den Tankstellenpächter von Ihrem Networkprodukt überzeugen zu wollen!

Es gibt nicht wenige Neueinsteiger, die für 500 bis 1000 Euro im Monat Adressen kaufen. Gerade weil diese Leute Neueinsteiger sind, befinden sie sich in der Regel noch auf der Beta- oder bestenfalls auf der Präalpha-Ebene; sie machen also einen Fehler nach dem anderen. Und beinahe jeder Fehler kostet Geld.

Das ist keine besonders effektive Vorgehensweise. Und dabei kann man diesen Leuten noch nicht einmal einen Vorwurf machen. Ihre Upline ist schlichtweg nicht in der Lage, ihnen einen besseren Weg aufzuzeigen.

Das Profinetworkingsystem ist so angelegt, dass alles, was automatisierbar ist, weitgehend automatisiert wird:

- das Nachfasssystem über Autoresponder versorgt interessierte Leute auf Jahre hinaus mit wertvollen Informationen (nicht bloß leere Worte).
- die Landing Page fungiert rund um die Uhr als Verkaufs-, Werbe- und Adresserfassungsseite.
- die kostenlose Broschüre „MLM = Mit Lügen manipulieren oder Marketing leicht machen?“ sondert bereits im Vorfeld die überhaupt nicht interessierten Personen aus und dient den übrigen als Information und gleichzeitig als Bestellmöglichkeit für das erste Handbuch und den Praxisteil.

Nachdem diese Dinge erst mal eingerichtet sind und die technische Seite steht, sind Sie wieder frei, um das zu tun, was Maschinen nicht tun können:

- Sie nehmen telefonisch Kontakt mit Ihren Interessenten auf. Sie erkundigen sich, wie Sie ihnen helfen können. Sie hören sich an, wo diese Leute der Schuh drückt (aber Sie werben nicht für Ihr Networkprodukt!)

Sie konzentrieren sich also auf Ihr Front-End-Produkt. Ihr Back-End-Produkt (Ihr eigentliches Networkgeschäft kommt in dieser Phase überhaupt nicht zum Gespräch).

Langfristig werden Sie in dieser Sparte nur Erfolg haben können, wenn Sie auch einen persönlichen Bezug herstellen! Mir ist bewusst, dass die technische Seite des Profinetworkingsystems anfangs für manchen etwas verwirrend ist. Man hätte auch ein so genanntes HTML-Branding betreiben können. In diesem Fall hätte jeder innerhalb von Sekunden eine Landing Page erhalten, die - mit Ausnahme des Namens - haargenau mit meiner identisch ist. Doch damit bringen Sie sich auch um die Möglichkeit, irgendetwas zu verändern. Dasselbe gilt für das Nachfasssystem.

Die von mir verwendeten Texte können Sie übernehmen und Sie bringen das Schwungrad damit erst mal in Gang. Aber mit der Zeit sollten Sie nicht nur einige Links ändern und die Texte mit Ihrem Namen unterzeichnen, sondern Ihren eigenen Stil finden.

Sie haben dann aber bereits eine Basis, auf der Sie aufbauen können.

Beim Profinetworkingsystem dauert es am Anfang deshalb etwas länger, bis das System eingerichtet ist, Sie haben aber zu jeder Zeit die Möglichkeit, selbst Änderungen durchzuführen.

Was wird beim Profinetworkingsystem verkauft?

Das System bietet **eine firmenunabhängige Marketinglösung.**

Die meisten Networker machen es andersherum: sie bieten ein spezifisches Produkt oder eine Geschäftsgelegenheit an.

Wie gehen Sie nun am besten vor, um im Empfehlungsmarketing Erfolg zu haben?

Folgende sechs Punkte spielen eine Rolle (wobei Punkt 3 besonders wichtig ist):

1. Sie sehen sich als selbständiger Unternehmer.  
Dies bedingt, dass Sie Engagement einbringen und Empfehlungsmarketing nicht nur als Zeitvertreib betrachten.
2. Sie arbeiten permanent an sich, indem Sie sich weiterbilden und ständig dazulernen.
3. Sie bieten keine Geschäftsmöglichkeiten mehr an. Sie überzeugen stattdessen als Mensch. Dadurch werden Sie für andere Menschen anziehend. Erst dann bieten Sie Ihren Interessenten das System an.
4. Sie richten Ihre Werbung an eine klar abgegrenzte Zielgruppe (Ihr kalter Markt) und verdienen über Ihre Partnerlinks bereits in der Vorphase.
5. Sie bieten Ihr Networkprodukt einem warmen Markt an und schaffen sich mit der Zeit einen großen Stamm zufriedener Endabnehmer.
6. Sie rekrutieren aus den Reihen Ihres warmen Marktes fähige Profis heraus.

Merksatz:

**Am ehesten haben Sie Erfolg,  
indem Sie andere Menschen erfolgreich machen  
(deren Probleme lösen)!**

Sie bieten anderen Networkern also eine Lösung an.  
Auf diese Weise werden Sie zu einer wertvollen Anlaufstelle für diese Personen.

Profinetworking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!

## 5. Interessenten finden

Effektives Marketing beinhaltet zweierlei:

1. Sie bieten Ihr Produkt Leuten an, die bereits daran interessiert sind
2. Sie positionieren sich als Profi und Problemlöser.

Sie positionieren sich also nicht als Verkäufer, sondern als Experte, der anderen Leuten, die aktiv auf der Suche nach dem sind, was Sie anzubieten haben, Lösungen präsentieren kann. Das ist Ihre Zielgruppe.

Denken Sie an das Beispiel mit dem Bratwurststand in Teil 1. Wenn Sie eine Warteschlange hungriger Menschen vor Ihre Bratwurstbude haben, machen Sie das Geschäft. Aber nur, wenn diese Leute nicht Vegetarier sind!

Das bringt uns zu der Frage:

Wem sollen wir unser Infoprodukt (das Handbuch) nun anbieten?

Antwort: Leuten, die bereits ähnliche Produkte gekauft haben oder daran Interesse zeigen.

Sobald wir von dieser Grundregel abweichen, begeben wir uns auf dünnes Eis. Dann werden unsere Aktionen zum Glücksspiel.

In unserem Fall besteht unsere Hauptzielgruppe also aus Leuten, die bereits mit dem Empfehlungsmarketing Erfahrung haben oder sich dafür interessieren.

Ich will diesen Bereich an dieser Stelle nicht vertiefen, weil Sie Einzelheiten in einem Newsletter nachlesen können, sondern möchte lediglich begründen, warum wir uns insbesondere an solche Leute wenden:

- Networker kennen das Geschäftsmodell bereits und glauben daran.
- Networker haben in dieser Sparte bereits Geld ausgegeben.
- Networker sind bereit, für weitere nützliche Informationen zu bezahlen.

Richten Sie Ihre Werbeanzeigen deshalb ausschließlich auf Networker aus. Es kann durchaus vorkommen, dass sich in Ihrem Bekanntenkreis jemand befindet, der die Voraussetzungen für dieses Geschäft mitbringt und wenn sich die Gelegenheit ergibt, sprechen Sie diese Person ruhig darauf an. Das sind eher Randerscheinungen.

Es gibt Leute, die ständig auf der Suche nach neuen Zusatzeinnahmen sind. Networker unterscheiden sich davon allerdings insofern, als sich diese Leute bereits finanziell engagiert haben.

Das qualifiziert Networker als unsere Zielgruppe. Das ist etwas völlig anderes, als der Tennispartnerin eine Info-CD zuzusenden.

Wie kommen Sie nun an andere Networker heran?  
Darauf wollen wir auf der nächsten Seite eingehen.

Sie müssen ...

### Werbung betreiben!

#### *Wirb oder stirb!*

Klingt hart, aber dieser Ausspruch spiegelt die Realität des Geschäftslebens wider.

Eine Reihe von Werbemöglichkeiten und -ideen finden Sie wieder im Praxisteil. **Werben Sie aber immer für eine übergreifende Lösung.** Sobald Sie sich dazu verleiten lassen, für Ihr Networkprodukt zu werben oder eine „Top-Chance“ feilbieten, werfen Sie Ihr Geld zum Fenster hinaus!

Andere Networker sind an Ihrem Produkt nämlich überhaupt nicht interessiert, ein Produkt haben diese Leute bereits selbst!

Ihre Werbung sollte sich auf zwei Dinge konzentrieren:

1. Auf Sie selbst. Genauer gesagt, auf Ihre Professionalität. Das sind Ihre Alpha-Eigenschaften, die dazu führen, dass sich andere Personen angezogen fühlen.
2. Auf Ihr Marketingsystem.  
Denken Sie nochmals an das McDonald's-Beispiel. McDonald's verkauft seinen Lizenznehmern ein Marketingsystem. Über dieses System werden dann die Produkte verkauft.

Wobei braucht jeder Networker Hilfe und Unterstützung?

Er/sie will sich ein Team aufbauen. Dazu muss er sponsorn (oder „rekrutieren“).

Und deshalb bieten wir ihm ein komplettes Lösungspaket in Form des Profitnetworkingsystems. Hier hat er Theorie und Praxis in einem, er lernt die Grundlagen des Marketing und hat eine Vorlage, der er nur auf seine Verhältnisse umzulegen braucht.

Das ist das „Wie“.

Alles, was mit Ihrer Networkfirma zu tun hat, kommt erst viel später.

Diese Reihenfolge ist sehr wichtig. Denn sie ist genau entgegengesetzt zur der Vorgehensweise der Heerschar der erfolglosen Networker.

Profit  
networking im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!



## 6. Bestandteile des Profinetworkingsystems

Wie Sie bereits wissen, besteht das Profinetworkingsystem aus sechs Teilen:

1. Ihre **Landing Page**.  
Auf diese Seite lenken Sie Ihre Interessenten.  
Auf dieser Seite erfassen Sie die E-Mail-Adresse von Interessenten.  
Diese Seite macht neugierig und informiert.  
Auf dieser Seite laden die Interessenten ihre Gratisbroschüre herab
2. Die **Gratisbroschüre** („MLM = Mit Lügen manipulieren oder Marketing leicht machen?“  
Der Titel dieser Broschüre ist bewusst kontrovers gehalten.  
Das erweckt mehr Aufmerksamkeit.
3. Das automatische **Nachfasssystem** über Autoresponder
4. Das **Handbuch** (Teil 1)
5. Der **Praxisteil**
6. Der **Newsletter**

Nicht alle diese sechs Teile treten nach außen in Erscheinung. Für die Außenwirkung sind nur drei Teile wichtig:

- A. Ein kostengünstiges Infoprodukt. Dies ist das Handbuch in E-Book-Form zu Euro 19,95. Über dieses Handbuch finanzieren Sie sich Ihre Werbeausgaben und den Eigenbedarf Ihrer Networkprodukte.  
Eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit bietet Ihnen das Handbuch, falls jemand auch noch das E-Book „Wenn ich könnte wie wollte, wäre ich ...“ bezieht.
- B. Die zweite Einkommensmöglichkeit ergibt sich, wenn sich der Interessent nach der Lektüre des Handbuchs über Ihren Partnerlink zum Praxisteil anmeldet. Der Praxisteil kostet einmalig Euro 39,95. Wer daran Interesse zeigt, wird in der Regel also bereits mehr Engagement aufbringen.
- C. Ihre eigentliche Networkertätigkeit. Diese verschafft Ihnen langfristig passive Einnahmen.

Die allermeisten Networker beginnen mit Teil C. Deshalb bleiben sie auch nicht lange im Geschäft. Die Kosten nehmen überhand, bevor man genug Erfahrung gesammelt hat und nach ein paar Monaten heißt es ...

Außer Spesen nichts gewesen!

Ich darf also wiederholen:

Das Letzte, was Sie anbieten oder bewerben sollten, ist Ihre eigentliche Networkertätigkeit oder Ihr Networkprodukt. Wenn diese Dinge im Direktvertrieb angeboten werden könnten, bräuchte Ihre Firma Sie ja gar nicht. Man könnte sich dann Vertriebspartner sparen! (Eine Ausnahme bilden eventuell Produkte, die mit Gewichtsabnahme zu tun haben).

Das obige ABC-Modell wird außerhalb der Networksparte überall seit langem mit Erfolg eingesetzt.

Profinetworking  
im Internet

Erfolgreiches  
Empfehlungsmarketing  
ohne Akquise!

Man lockt Sie mit einem kostengünstigen Produkt in den Laden - und verdient dann an dem, was Sie zusätzlich ausgeben.

Mir fallen hierbei die in meiner Wahlheimat beliebten „Montaditos“ ein. Das ist eine Art Tapas, also kleine Appetithäppchen, die natürlich überhaupt nicht satt machen. Und so sitzt der Gast dann an einem heißen Sommertag auf der Terrasse des Restaurants, weil er ja nur wenig Hunger hat - eigentlich nur ein bisschen Appetit - und ein Montadito nur 1 Euro kostet. An diesem einen Euro verdient das Restaurant natürlich nichts, dafür aber umso mehr an den Getränken, die der Urlauber dann noch zu sich nimmt.

Mit solchen Beispielen ließen sich aus allen möglichen Branchen Seiten füllen.

Nochmals zurück zu den Bestandteilen des Profinetworkingsystems:

Ihre Landing Page ist Tag und Nacht für Sie tätig. Ob Ihre Landing Page an einem Tag von einem einzigen Besucher oder von tausenden besucht wird, ist dieser Seite egal, sie versieht unermüdlich ihren Dienst. Aber ...

sie wird nur gefunden werden, wenn Sie Werbung dafür betreiben:

- Kleinanzeigen
- Banner
- Pay-per-Click-Anzeigen
- Postkarten
- usw.

Die einzelnen Ideen finden Sie ja im Praxisteil.

Nachdem die Landing Page ihre Aufgabe erfüllt hat (die Aufmerksamkeit des Interessenten gefunden hat, so dass dieser die kostenlose Broschüre auf seinen Rechner lädt), gerät er automatisch in Ihre **Marketingschiene**.

Weisen Sie ihn aber baldmöglichst darauf hin, dass er sich jederzeit problemlos auch wieder abmelden kann. Es gibt Leute, die keine fünf Sekunden Zeit haben, um einen Abmeldelink anzuklicken, dafür aber ein einseitiges E-Mail schicken und sich „rechtliche Schritte vorbehalten“.

Alles schon erlebt.

Diese Marketingschiene wird durch Ihre Autorespondermeldungen gebildet. Sie brauchen diese lediglich zu übernehmen und an Ihre Verhältnisse anzupassen (wobei noch viele weitere folgen werden).

Die Autorespondertexte legen den Schwerpunkt auf den Inhalt. Jedes Mal erfährt der Interessent wieder etwas Neues über das Profinetworkingsystem oder über Marketing im allgemeinen.

Wenn sich der Interessent daraufhin - das kann durchaus Wochen oder Monate dauern - dazu entschließt, das E-Book zu bestellen, klingelt bei Ihnen erstmals die Kasse. Über diese Einnahmen finanzieren Sie weitere Werbeaktionen. Es geht hierbei also nicht vorrangig darum, einen Gewinn zu erzielen, sondern um die Finanzierung Ihres Marketingbudgets.

Erst dann kommt Ihre eigentliche Networkertätigkeit ins Spiel. Wir sollten dabei aber realistisch bleiben. Von hundert Leuten, die auf Ihrer Interessentensliste stehen, werden letztendlich vielleicht 2 oder 3 - bestenfalls 5 - Interesse an Ihrer Networkertätigkeit haben.

Das aber werden Leute sein, die ihre Zeit nicht mit Spielereien vergeuden. Diese Leute haben jetzt ein gründliches Fachwissen und verstehen bereits eine Menge vom Marketing. Immerhin haben Sie diese Leute eventuell über Monate hinweg mit Newslettern versorgt. Lieber zwei Spitzenleute oder zwanzig Mitläufer!

Apropos Newsletter:

Auch hier gilt wieder, dass Sie entweder meine Texte übernehmen können, oder aber zusätzlich eigene verfassen.

Vielleicht besuchen Sie einen interessanten Vortrag?

Wenn es Ihnen gelingt, den Vortragenden zu einem Interview zu bewegen, könnten Sie dieses als Newsletter versenden. Oder sie erstellen eine eigene Zusammenfassung des Vortrags.

Dies bietet Ihren Lesern wertvolle Informationen - und positioniert Sie wieder als Alpha-Profi!

Stellen Sie sich das ganze Profinetworkingsystem langfristig vor.

Denken Sie zwei, drei Jahre voraus. Bis dahin haben Sie vielleicht mehrere tausend Leute auf Ihrer Interessentenliste.

Denken Sie auch an die Möglichkeit, zusätzliche Produkte zu bewerben, die weder mit dem Profinetworking noch mit Ihrer Networkertätigkeit zu tun haben. Superclix ist nicht das einzige Partnerprogramm. Darüber hinaus gibt es zum Beispiel ...

adbutler

adcell

Shortwin

TradeDoubler

Travelan

Zanox

usw.

Dieses System bietet Ihnen wesentlich mehr Möglichkeiten, als Sie jetzt vielleicht erahnen können!

Ich hoffe, dass Ihnen dieser Nachfolgeteil zum Handbuch weitere Anregungen und Denkanstöße verschafft hat und wünsche Ihnen viel Erfolg!

Ihr

*Benno Schmid-Wilhelm*

Rückmeldungen sind immer willkommen!

