

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

ZKZ 66685



DR. NILS SCHMID

„DEN MENSCHEN MEHR MÖGLICHKEITEN, CHANCEN UND WEGE ERÖFFNEN“



Hartwig Hämmerle:
Unternehmer, Investor und Erfinder bringt Easy Bread in den Direktvertrieb



Daniela Rüscher:
Die Direct Cool AG schafft im Markt des Network-Marketings völlig neue Geschäftsmöglichkeiten



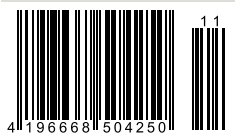
Vilien D. Stanisic:
Setzt mit seinem neuen Schweizer Direktvertrieb EJO Lifestyle auf naturbasierte Gesundheits- und Schönheitspräparate



Dirk Ulaszewski:
„Der Emmi-Club-Geschäftsführer hat große Pläne für 2016: Die EmmiVaganza in Wien ist der Auftakt zur Gewinnung von Millionen Anwendern“



NETWORK-KARRIERE VERBINDET



VERTRIEBSARTEN STELLEN SICH VOR – DIE NEUN GESICHTER DES DIREKTEN VERTRIEBS

Flexibilität ist eines der häufigsten Synonyme, die mit der Arbeit im direkten Vertrieb verbunden werden. Jeder Vertriebspartner kann sich seine Arbeits- und Freizeit nach eigenen Wünschen und Vorlieben einteilen.

Allerdings lässt sich Flexibilität im Direktvertrieb nicht nur auf den Lifestyle der Vertriebspartner beziehen. Der gesamte Direktvertrieb ist flexibel. Lassen Sie uns heute die



um ihnen in privater Atmosphäre ihre Produkte zeigen zu können oder sie laden sie ein, ebenfalls in ihr Geschäft einzusteigen. Der Fokus liegt hier im Verkauf von Produkten und Dienstleistungen.

3. PARTY PLAN –

Heimvorfürungen/Partyverkauf

Eine Gruppe von Interessenten wird in der Wohnung einer der Teilnehmer beraten. Dies erfolgt in Form einer Produktdemonstration oder eines kleinen Vortrages. Der Kunde hat die Möglichkeit, die Angebote in der Gemeinschaft mehrerer Interessenten zu diskutieren.

Eine bereits bestehende Kundin, Frau Müller, lädt ihre Freunde und Freundinnen sowie den Vertriebspartner zu sich nach Hause ein. Es werden Kaffee und Kuchen gereicht und der Vertriebspartner präsentiert dort seine Ware, knüpft neue Kontakte und schließt Verkäufe ab oder lädt neue Vertriebspartner in sein Geschäft ein. Der Fokus liegt auch hier im Verkauf von Produkten und Dienstleistungen. Bekannte Beispiele sind Pippa & Jean, Mary Kay, Stampin' Up!, sowie PartyLite.

4. MULTI LEVEL MARKETING – Produkt- und Geschäftspräsentationen

Eine Gruppe von potenziellen Kunden nimmt in einem Hotel oder einem Geschäftsraum an einer Produkt- und Geschäftspräsentation teil. Während oder nach der Veranstaltung haben die Kunden die Möglichkeit, die Waren/Dienstleistungen zu kaufen. Im Anschluss finden häufig auch erste Informationsgespräche für potenzielle neue Vertriebspartner statt. In MLM-Systemen haben Vertriebspartner die Möglichkeit, eigene Ver-

kaufsteams aufzubauen, an deren Umsätzen sie ebenfalls beteiligt sind. Vertriebspartner von Unternehmen wie PM-International oder Amway mieten einen Hotel- oder Besprechungssaal, laden potenzielle Kunden sowie bereits bestehende Vertriebspartner ein, um dort gemeinsam Ersterer anzuwerben. Hierfür präsentieren sie die Produkte sowie das Geschäftsmodell. Bereits bestehende Vertriebspartner unterstützen dabei.

5. HOME Delivery – Heimlieferdienste

Hierbei werden die Kunden zu Hause aufgesucht und in regelmäßigem Turnus mit Konsumgütern beliefert. Die Firma Hello Fresh vertreibt Abonnements von Produkten über das Internet, die dann per Post an den Kunden geliefert werden. Einen weiteren Weg stellt beispielsweise bofrost dar, bei dem zusätzlich zur Bestellung auch Getränke „aus dem Auto“ gekauft werden können.

6. Franchise

Ein Franchisegeber stellt dem Unternehmer ein fertiges Geschäftsmodell zur Nutzung gegen Entgelt zur Verfügung.

Es gibt in Deutschland eine Vielzahl an Franchisegebern. Hierbei stellt eine (bekannte) Marke seine Einrichtung, seine Produkte und sein Markenlogo gegen Entgelt zur Verfügung. Bekannte Beispiele sind Filialen der Firmen Kentucky Fried Chicken, OBI oder mobilcom-debitel.

7. Affiliate Marketing

Ein Produktanbieter stellt Werbemittel zur Verfügung, welche Vertriebspartner auf ihren Homepages einbinden. Hierbei werden, vornehmlich über das Internet, auf eigenen Inhalten wie Homepages oder Blogs, Banner oder Links zu den Verkaufskanälen Dritter eingefügt. Klickt jemand, der die Homepage besucht, auf solch einen Banner von beispielsweise Amazon und kauft anschließend ein Produkt, dann verdient der Werbende daran eine Provision.

8. Lizenzen

Lizenzen können käuflich erworben werden. Der Lizenzvertrag regelt, welche Art von Produkten oder Dienstleistungen hiermit vertrieben werden können und welche Rechte auf den Vertriebspartner übergehen. Lizenzsysteme werden häufig in dem Bereich von Werbung und Vermarktungslizenzen sowie Produktkonzeptionen vergeben.

9. Empfehlungsmarketing

Der Gewinn von Kunden durch Mundpropaganda, Bewertungen und Referenzen. Ein Weg hierbei sind Empfehlungen über Social Media wie

Facebook, Twitter oder Instagram. Hierbei werden Texte und Bilder von Kunden, dem Lifestyle, Zitate oder Anwenderbeispiele mit dem eigenen Netzwerk beziehungsweise mit dem des Kunden geteilt. Einen anderen Weg stellt die traditionelle Empfehlung eines Dritten im Gespräch mit dem Kunden dar.

Synergie – Ihr stärkster Multiplikator „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“, sagte Aristoteles und beschrieb damit die Idee, welche hinter Synergieeffekten steht. Eine moderne Definition bezeichnet Synergie als das Zusammenspiel von Lebewesen oder Kräften im Sinne von „sich gegenseitig fördern“ bzw. einen daraus resultierenden gemeinsamen Nutzen. Wie kann dies im Direktvertrieb aussehen? Wir beginnen mit Affiliate Marketing im Internet. Dazu kombinieren wir Einzeltermine mit Bekannten. Diese bitten wir uns weiterzuempfehlen. Aus diesen Empfehlungen ergeben sich Partys, auf denen wir Neukunden werben.

Dieses kleine Beispiel zeigt deutlich die Chancen und Nutzen, welche sich durch die Kombination der einzelnen Vertriebsformen ergeben. Wir nutzen hier vier verschiedene Gesichter des direkten Vertriebs, um Synergieeffekte zu erzielen. Ich lade Sie ein, durch das konsequente Ausnutzen von Synergieeffekten Ihr Geschäft auf ein neues Level zu heben. Was würde dies für Ihren Umsatz und Ihre Beziehungen tun, wenn Sie Ihr bestehendes System um weitere Synergien mit Ihren Teammitgliedern erweitern? Echte Synergien sind der Turbo und das Schmiermittel für jeden erfolgreichen Menschen. Sie sind DER Schlüssel zur Duplizierung.



VITA

Thomas Reichart

Vertriebsprofi, Consultant, Redner, Autor, Impulsgeber

Ihn leitet eine Passion: Wachstum durch Direktvertrieb. Thomas Reichart ist Vertriebsprofi, Consultant, Redner, Autor und Impulsgeber für Macher im direkten Vertrieb. Mit über 24 Jahren Berufserfahrung im Vertrieb, in der Beratung und im Top-Management verfügt er über einen bemerkenswerten und einzigartigen Hintergrund im Direktvertrieb sowohl im Vertriebsaufbau als auch im Top-Management im nationalen wie internationalen Kontext. Executives, die einen Umsatz von bis zu 45 Milliarden Euro verantworten, lassen sich von Thomas Reichart coachen.