

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

FALSCHES
KRANKSCHREIBUNG
KANN
STAATSANWALT
MOBILISIEREN

Initiative 20
Nebentätigkeit 26

*mach es
einfach!*

Dr. Johannes Fiala
PhD, MBA, MM

Gesundheitsreform 2026
Das ändert sich
für Versicherte,
Ärzte und Vertrieb

Vorwerk stärkt
Internationale
Wachstumsstrategie mit
neuer Landesgesellschaft
in Rumänien

PM Japan Expansion
PM stärkt die Präsenz
im Süden Japans
mit neuem Direct Sales
Center in Fukuoka

LR investiert
Über 2 Millionen Euro
in Qualität und Wachstum

www.network-karriere.com

www.seitz-mediengruppe.de

NETWORK-
KARRIERE
VERBINDET



WISSEN, WANN MAN DEN MUND HALTEN SOLLTE

Der Titel klingt vielleicht etwas hart, besonders für einen Artikel über den Aufbau von Beziehungen und eines Network-Marketing-Geschäfts. Doch zu wissen, wann man aufhören sollte zu reden, gehört zu den wertvollsten Kommunikationsfähigkeiten, die ein Vertriebspartner entwickeln kann.

Viele Vertriebspartner reden viel zu viel, wenn sie ein Produkt vorstellen oder die Geschäftsmöglichkeit erklären. Meistens geschieht das nicht, weil sie rücksichtslos sind. Es passiert, weil sie begeistert oder nervös sind oder wirklich glauben, dass die andere Person umso leichter eine Entscheidung treffen kann, je mehr Informationen sie erhält.

Leider ist oft das Gegenteil der Fall. Wenn Vertriebspartner nicht sicher sind, ob jemand wirklich interessiert ist, versuchen sie, diese Unsicherheit häufig dadurch auszugleichen, dass sie noch mehr erzählen. Sie erklären die Inhaltsstoffe, die Geschichte des Unternehmens, den Vergütungsplan, den wissenschaftlichen Hintergrund, Kundenerfahrungen und jeden denkbaren Vorteil einer Zusammenarbeit. Ihre Überlegung ist nachvollziehbar: Unter all diesen Einzelheiten muss doch irgendetwas sein, das die Aufmerksamkeit der anderen Person weckt. Hat jemand jedoch noch kein klares Interesse gezeigt, entsteht dieses Interesse nur selten durch noch mehr Informationen. Stattdessen

kann sich das Gespräch wie eine Verkaufspräsentation anfühlen, der die Person niemals zugestimmt hat.

Eine weitere verbreitete Annahme ist, dass mehr Beweise automatisch mehr Sicherheit schaffen. Ein Vertriebspartner denkt vielleicht, dass noch eine Studie, noch eine Produktinformation oder noch eine Erfolgsgeschichte den Interessenten schließlich zum Kauf oder zum Einstieg bewegen wird. Informationen spielen bei Entscheidungen selbstverständlich eine wichtige Rolle. Menschen verdienen korrekte Antworten, Transparenz und nachvollziehbare Fakten. Informationen helfen jedoch nur dann, wenn die andere Person bereit ist, sie aufzunehmen. Zehn Antworten zu geben, bevor überhaupt eine einzige Frage gestellt wurde, macht die Entscheidung nicht unbedingt leichter. Es kann sie sogar komplizierter erscheinen lassen. Wenn Menschen das Gefühl bekommen, dass ihnen etwas verkauft werden soll, gehen sie häufig innerlich auf Abstand. Selbst wenn das Produkt für sie interessant sein könnte, beginnen sie möglicherweise, nach Gründen für ein Nein zu suchen, weil sie sich unter Druck gesetzt fühlen. Das Gespräch ist dann kein Austausch zwischen zwei Menschen mehr, sondern wird zu einer Vorstellung des Vertriebspartners. Genau hier ist Neugier die deutlich klügere Strategie. Sie müssen im ersten Gespräch nicht alles er-

klären. Ihr Ziel besteht nicht darin, die gesamte Präsentation abzuschließen, bevor die andere Person entkommen kann. Ihr Ziel ist herauszufinden, ob es einen echten Grund gibt, das Gespräch fortzusetzen. Stellen Sie Fragen. Hören Sie aufmerksam zu. Achten Sie darauf, wofür sich die Person tatsächlich interessiert, anstatt ihr vorzuschreiben, wofür sie sich interessieren sollte. Eine einfache Einleitung kann bereits genügen: „Ich arbeite mit einem Wellness-Unternehmen zusammen, das Produkte auf Hanfbasis anbietet. Manche Menschen nutzen sie als Teil ihrer täglichen Wohlfühlroutine. Wäre das grundsätzlich etwas, über das Sie gern mehr erfahren würden?“ Dann hören Sie auf zu reden. Die Stille kann sich unangenehm anfühlen, gibt der anderen Person aber Raum, nachzudenken und ehrlich zu antworten. Wenn Interesse vorhanden ist, wird sie normalerweise eine Frage stellen. Diese Frage zeigt Ihnen, was für Sie wichtig ist, und gibt Ihnen die Erlaubnis, weiterzusprechen.

Dasselbe Prinzip gilt bei der Vorstellung der Geschäftsmöglichkeit. Sie müssen nicht sofort jeden Bonus, jeden Rang und jede Voraussetzung erklären. Beginnen Sie mit dem Teil, der für die Person vor Ihnen relevant ist. Jemand, der nach einem zusätzlichen Einkommen sucht, hört anders zu als jemand, der eine neue Gemeinschaft oder eine flexible Arbeitsmög-

lichkeit sucht. Teilen Sie genug mit, um Klarheit zu schaffen, aber nicht so viel, dass keinerlei Neugier mehr übrig bleibt. Etwas für das nächste Gespräch offen zu lassen, bedeutet nicht, Informationen zurückzuhalten. Es bedeutet, das natürliche Tempo einer Entscheidung zu respektieren. Interessierte Menschen kommen zurück. Sie stellen bessere Fragen, weil es nun ihre eigenen Fragen sind und nicht Fragen, die Sie ihnen in den Mund gelegt haben.

Erfolgreiche Network-Marketer sind nicht einfach nur gute Redner. Sie

sind gute Zuhörer. Sie verstehen, dass es beim Anwerben nicht darum geht, Menschen mit Begeisterung, Fakten oder Beweisen zu überrollen. Es geht darum, Interesse zu erkennen, Vertrauen aufzubauen und der anderen Person Raum zu geben, sich am Gespräch zu beteiligen. Manchmal ist das Klügste, was Sie sagen können, gar nichts. Bringen Sie Ihren Punkt auf den Punkt. Stellen Sie eine gute Frage.

Und dann wissen Sie, wann Sie den Mund halten sollten.



Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antrieb, den Direktvertrieb unternehmensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: peter@peterverdegem.com
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



Jeden Monat wissen,
was im Direktvertrieb läuft

www.network-karriere.com · www.initiative-nebentaetigkeit.de