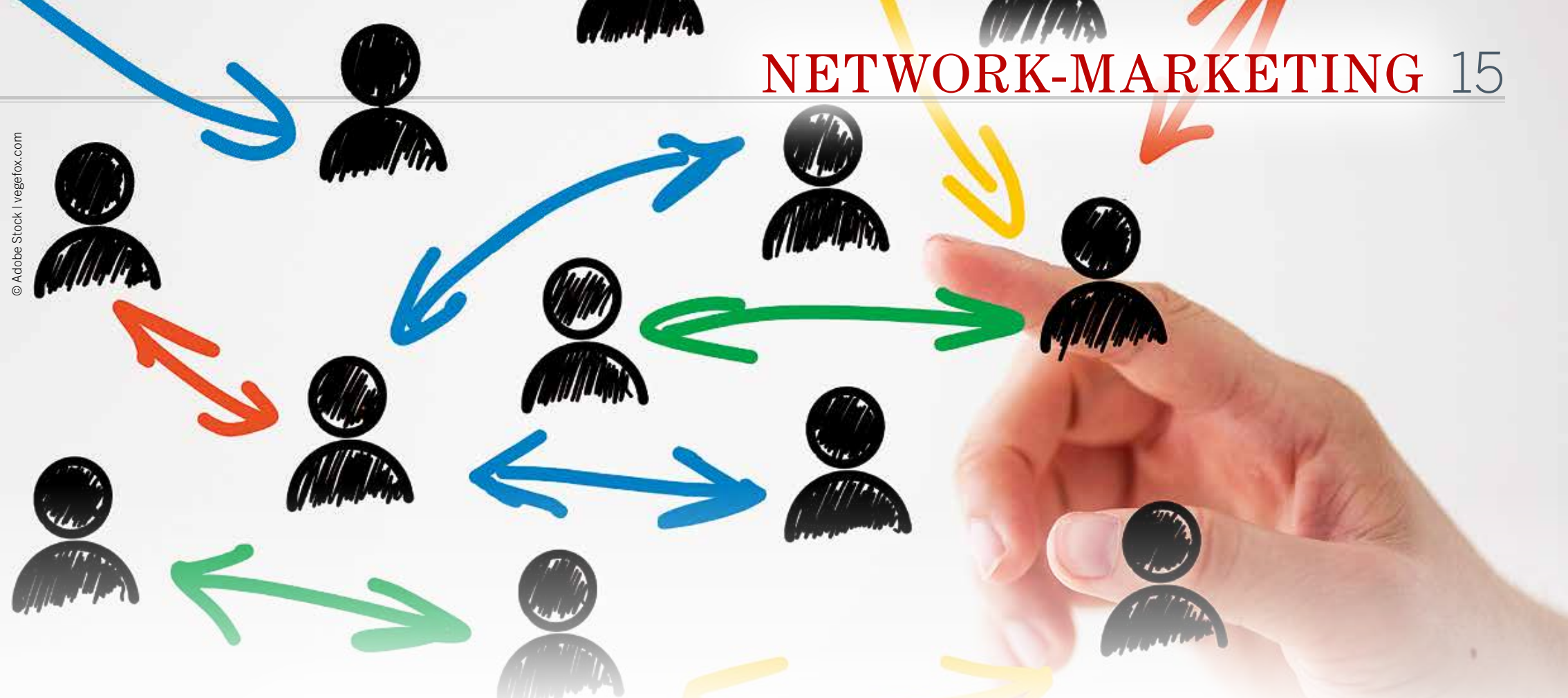


NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB





WIE DU DEIN ERSTES JAHR IM NETWORK-MARKETING GUT MEISTERST

Das erste Jahr im Network-Marketing ist nicht leicht. Für viele ist es das Jahr, in dem die größten inneren Kämpfe stattfinden. Nicht, weil das Geschäft unmöglich wäre, sondern weil es dich mit dir selbst konfrontiert.

Du startest mit Hoffnung. Dann kommt die Realität. Die Zweifel. Die schwierigen Gespräche. Das erste „Nein“. Der Moment, in dem jemand, der dir nahesteht, dich ansieht, als hättest du den Verstand verloren. Und dann kommen die klassischen Kommentare: „Bist du sicher, dass das echt ist?“, „Ist das wieder so ein Ding?“, „Du wurdest doch reingelegt.“

Wenn du so etwas schon gehört hast: Willkommen. Du bist nicht allein. Die meisten Menschen, die in dieser Branche etwas Bedeutungsvolles aufbauen, sind durch genau diese Phase gegangen. Sie ist unangenehm, aber sie gehört zum Prozess. Die Frage ist nicht, ob du Zweifel erleben wirst. Das wirst du. Die Frage ist, was du daraus machst.

In deinem ersten Jahr sollte es nicht nur darum gehen, irgendwie durchzuhalten. Es sollte darum gehen, ein Fundament zu bauen, das stark genug ist, um darauf zu wachsen. Dieses Fundament beginnt mit Lernen.

Wenn jemand in ein Network-Marketing-Unternehmen einsteigt, ist der erste Impuls oft, sofort mit allen zu sprechen. Das ist verständlich. Aber Begeisterung ohne Verständnis wird sehr schnell zum Problem. Menschen werden Fragen stellen: zu den Produkten, zum Unternehmen, zum Vergütungsplan, zur Kundenerfahrung und dazu, warum genau dieses Unternehmen anders ist. Wenn du darauf noch keine Antwort hast, passiert oft eines von zwei Dingen: Entweder entmutigt dich dein Gegenüber oder du entmutigst dich selbst.

Deshalb ist Lernen so wichtig. Am Anfang geht es nicht darum, ein paar

Sätze auswendig zu lernen. Lerne so viel, dass du ruhig wirst. Dass du dich geerdet fühlst. Du musst nicht alles wissen. Niemand tut das. Aber du musst die Grundlagen verstehen.

Lerne die Geschichte deines Unternehmens. Lerne deine Produkte. Lerne die Kundenerfahrung. Verstehe den Vergütungsplan auf einfache Weise. Lerne, was dein Unternehmen besonders macht. Lerne, wie du ohne Druck einlädst, natürlich nachfasst und zuerst zuhörst, bevor du etwas empfiehlst.

Lerne auch über das Unternehmensmaterial hinaus. Beschäftige dich mit Kommunikation, Verkauf, Führung, persönlicher Entwicklung und menschlichem Verhalten. Dieses Geschäft handelt von Menschen. Nutze außerdem Werkzeuge. Versuche nicht, die ganze Präsentation im Kopf zu tragen. Nutze Videos, Artikel, Calls, Produktinformationen, Events, Erfahrungsberichte und unabhängige Ressourcen, wo es passt. Werkzeuge schaffen Duplizierbarkeit und nehmen dir den Druck, in jedem Gespräch der Experte sein zu müssen.

Deine Aufgabe am Anfang ist nicht, alles zu wissen. Deine Aufgabe ist, lernbereit zu bleiben.

Der zweite wichtige Punkt ist, über dein eigenes Unternehmen hinaus zu lernen. Deine Interessenten leben nicht in deiner Unternehmensblase. Sie sehen andere Marken, hören von anderen Network-Marketern und vergleichen Produkte, Chancen, Botchaften und Erfahrungen. Wenn jemand fragt: „Warum dieses Unternehmen?“, musst du antworten können, ohne andere anzugreifen.

Baue dein Geschäft niemals dadurch auf, dass du andere Unternehmen schlechtmachst. Das schafft kein Vertrauen. Es wirkt unsicher. Lerne, was in deiner Kategorie passiert. Verstehe, wo dein Unternehmen stärker

ist, wo deine Produkte anders sind, was dein Vergütungsplan belohnt und wie sich deine Kundenerfahrung unterscheidet.

Wenn du den Markt kennst, wirst du sicherer. Du kannst ruhig und respektvoll sagen: „Es gibt viele Unternehmen, und einige machen gute Dinge. Der Grund, warum ich mich für dieses entschieden habe, sind diese konkreten Punkte.“ Vertrauen entsteht, wenn du erklären kannst, warum.

Der dritte Punkt ist konsequentes Handeln. Genau hier kämpfen viele. Sie starten, sind begeistert, posten ein- oder zweimal, sprechen mit ein paar Menschen und warten dann. Sie warten auf Menschen. Auf Teamwachstum. Auf Einkommen. Auf Selbstvertrauen, bevor sie handeln. Aber Selbstvertrauen entsteht meistens nach dem Handeln, nicht davor.

Die ersten Gespräche können sich unbeholfen anfühlen. Das ist normal. Die ersten Einladungen klingen vielleicht nicht perfekt. Die ersten Follow-ups fühlen sich vielleicht unangenehm an. Auch das ist normal. Können entsteht durch Wiederholung. Du wirst besser, indem du sichtbar wirst, zuhörst, einlädst, nachfasst und aus jeder Reaktion lernst.

Und daraus muss ein Rhythmus werden. Kein dramatischer Sprint ab und zu. Kein verzweifelter Endsprint am Monatsende. Ein täglicher Rhythmus. Ein paar Nachrichten. Ein paar Gespräche. Ein Beitrag. Ein Follow-up. Ein Call. Eine kleine Handlung, die das Geschäft lebendig hält. Menschen müssen dich sehen, bevor sie dich kennen. Sie müssen dich kennen, bevor sie dir vertrauen. Und sie müssen dir vertrauen, bevor sie bei dir kaufen oder mit dir aufbauen.

Der vierte Punkt ist Verantwortlichkeit. Beachte, dass ich nicht sage: „Warte auf deinen Sponsor.“ Ich

sage auch nicht: „Verlass dich auf deine Upline.“ Ein guter Sponsor ist wertvoll. Eine unterstützende Upline kann ein Geschenk sein. Aber dein Geschäft darf nicht davon abhängen, ob jemand anderes jeden Tag verfügbar ist.

Menschen gehen. Menschen werden beschäftigt. Manchmal kann die Person, die dich gesponsert hat, dich langfristig nicht führen. Das bedeutet nicht, dass du stoppst. Es bedeutet, dass du Verantwortung übernimmst. Finde einen Accountability-Partner. Finde einen Mentor. Finde jemanden, der ernsthaft genug ist, dich zu fragen, was du tun wolltest und ob du es wirklich getan hast.

Ihr müsst euch nicht jeden Tag treffen. Aber du brauchst Struktur. Ein wöchentlicher Check-in kann viel verändern. Was hast du gelernt? Mit wem hast du gesprochen? Bei wem hast du nachgefasst? Was ist der nächste Schritt?

Die Wahrheit ist: Network Marketing ist ein schönes Geschäft, aber es ist

keine Magie. Es belohnt Wachstum, Mut, Lernen, Beständigkeit, Dienst am Menschen und Menschen, die bereit sind, bessere Kommunikatoren und bessere Führungspersonlichkeiten zu werden.

Dein erstes Jahr wird dir zeigen, dass nicht jeder deine Entscheidung verstehen wird. Es wird dir zeigen, dass Begeisterung allein nicht reicht. Es wird dir zeigen, dass Ablehnung nicht das Ende ist. Es wird dir zeigen, dass Zuhören stärker ist als Drücken. Vor allem aber wird es dir zeigen, dass du für den Aufbau verantwortlich bist. Nicht dein Sponsor. Nicht deine Upline. Nicht das Unternehmen. Du.

Nutze das System. Lerne von Führungskräften. Nimm an Trainings teil. Verbinde dich mit Events. Erlaube dir, Unterstützung anzunehmen. Aber gib die Verantwortung für deinen Traum nicht an jemand anderen ab. Das erste Jahr muss nicht perfekt sein. Es soll dich formen. Und wenn du dich selbst aufbaust, baust du ein Geschäft, das Bestand haben kann.



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

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



**Jeden Monat wissen,
was im Direktvertrieb läuft**