

Aufbau von

FÜHRUNGS- PERSÖNLICHKEITEN

im Network Marketing

B A N D 1

Schritt-für-Schritt
Erschaffung
von MLM-Profis

Leseprobe

Tom ‚Big Al‘ Schreiter

KAPITEL 1

„Ich bin faul. Verrate mir doch einfach das Geheimnis.“

Wenn Sie sich nur ein wenig in dieses Buch einlesen wollen, ist das Geheimnis schnell erklärt.

Die Umsetzung des Geheimnisses wird jedoch erfordern, dass Sie einige neue Fertigkeiten erlernen. Aha, das ist schon etwas schwerer. Ja, es gibt immer einen „Haken“.

Machen Sie diese kleine Übung:

Schritt 1: Denken Sie an all die Bücher, Audios und Seminare zum Thema Erfolg im Network Marketing.

Schritt 2: Nun denken Sie an all die Handbücher und Schulungen von Network-Marketing-Unternehmen.

Schritt 3: Nun tun Sie all diese Weisheiten auf einen großen Stapel.

Das Ergebnis?

Sie haben einen sehr großen Stapel von Zeug, das nur sehr wenige Leute jemals lesen werden.

Wäre es nicht schön, wenn man all diese Weisheiten über Erfolg im Network Marketing **in einem einzigen, einfachen Satz zusammenfassen könnte?**

Nun, hier ist das Geheimnis. Der eine Satz, der alles zusammenfasst, was Sie wissen müssen, um ein Superstar im Network Marketing zu werden. Sind Sie bereit? Hier ist er.

Um im Network Marketing erfolgreich zu sein, brauchen Sie nichts weiter zu tun als:

Führungspersönlichkeiten aufbauen und sie erfolgreich machen!

Das ist alles. Das ist die Quintessenz jenes enormen Stapels von Weisheiten.

Führungskräfte machen Ihnen das Leben leicht. Führungskräfte geben Ihnen finanzielle Sicherheit. **Und Führungskräfte sind rar.**

Fragen Sie einen Network Marketer, ob er in seiner Gruppe Führungskräfte hat, und er wird antworten:

„Klar habe ich die. Ich habe ein paar wirklich gute Leute.“

Hier liegt der Denkfehler.

„Wirklich gute Leute“ sind nicht Führungskräfte. Sie sind nur *„wirklich gute Leute“*.

Eine Führungspersönlichkeit ist viel mehr als ein guter Arbeiter, ein guter Anwerber und ein guter Umsatzproduzent.

Eine Führungspersönlichkeit im Network Marketing ist jemand, der ...

- **das Meiste aus neuen Vertriebspartnern herausholt und ihnen hilft, mehr aus sich zu machen als sie aus eigener Kraft schaffen könnten,**
- **sicherstellt, dass seine Vertriebspartner zu Monatsende Produkte bestellen,**
- **sich niemals bei seiner Downline beschwert,**
- **sich niemals bei seiner Upline oder bei dem Unternehmen beschwert oder ihnen etwas vorjammert,**

- **seine eigenen Ziele und Sehnsüchte hat,**
- **die regelmäßige Geschäftspräsentation für Sie durch führt, wenn Sie weg sind,**
- **sicherstellt, dass der Hotelsaal vorbereitet ist, die Produkte gut aufgestellt sind und die Veranstaltung pünktlich beginnt,**
- **seine innere Einstellung unter Kontrolle hat und es äußeren Einflüssen nicht erlaubt, seinen Weg zum Erfolg zu stören,**
- **selbst ein starkes Vorbild ist, wenn es darum geht, sich auf das Endziel zu konzentrieren,**
- **sich freut, wenn Sie weg sind, damit er sich in Ruhe und ohne, dass Sie sich einmischen, um sein Geschäft kümmern kann, wobei er gern die Verantwortung und die Führung übernimmt.**

Das ist noch lange nicht alles, aber Sie können sich jetzt ein Bild machen. Führungspersönlichkeiten sind rar! Sehr, sehr rar!

Wie rar sind sie wirklich?

Wer zählt als wahre Führungspersönlichkeit?

Wenn Sie eine wahre Führungspersönlichkeit in Ihrer Gruppe haben, sind Sie finanziell gut gestellt.

Wenn Sie zwei wahre Führungspersönlichkeiten in Ihrer Gruppe haben, sind Sie sehr reich – finanziell frei.

Wenn Sie drei, vier oder fünf wahre Führungspersönlichkeiten in Ihrer Gruppe haben, **haben Sie sich wahrscheinlich verzählt!**

So rar sind Führungspersönlichkeiten. Führungspersönlichkeiten stellen im Network Marketing den Maßstab für Erfolg dar.

Vertriebspartner kommen und gehen, so wie Sand an den Strand gewaschen und wieder weggewaschen wird. Sie fühlen sich in der Regel nicht zu 100 % ihrem Network-Geschäft gegenüber verpflichtet.

Vertriebspartner denken sich:

„Ach, ich schau mir mal dieses Unternehmen an und dann probiere ich es für eine Weile mit diesem Unternehmen und dann setze ich mich vor den Fernseher und warte ab, und wenn der Verdienst zu klein ist, höre ich mit diesem Geschäft wieder auf.“

Vertriebspartner haben ihr ganzes Leben lang nur gelernt, wie man mit etwas aufhört.

Sie hören mit der Schule auf, sie hören mit der Arbeit auf, sie geben ihre Arbeitsstellen auf, sie geben ihre guten Vorsätze fürs neue Jahr auf, sie beenden ihre Ehen, sie gebe ihre Diäten auf.

Sehen wir der Wahrheit ins Gesicht.

Die meisten Menschen sind Profis im Aufgeben und Aufhören. (Das muss nicht unbedingt etwas Schlechtes sein. Eine Arbeitsstelle aufzugeben oder abends mit dem Fernsehen aufzuhören, kann unter Umständen genau das Richtige sein.)

Da diese Menschen kommen und gehen, können Sie Ihre Gruppe nicht auf Vertriebspartnern aufbauen. Sie brauchen Führungskräfte.

Katastrophen?

Wenn die Presse einen ungerechtfertigten Artikel über Ihr Geschäft veröffentlicht, verlieren Sie vielleicht einige Vertriebspartner, die sich der Sache nicht verbunden fühlen.

Wenn vorübergehend ein Engpass bei den Produkten auftritt, werden etliche weitere Vertriebspartner lieber stumpfsinnig im Internet surfen oder sich dem Kabelfernsehen widmen. Wenn die Unternehmen einige Richtlinien und Verfahren anpasst, werden noch einige weitere Vertriebspartner aussteigen, weil sie in ihren Leben keine Veränderungen haben möchten.

Keine dieser „Katastrophen“ wird sich jedoch auf Ihre Führungskräfte auswirken. Ihre Führungskräfte werden weiterhin Leute rekrutieren, ihre Geschäfte aufbauen und ihre Downlines motivieren.

Nun gut. Eine oder sogar zwei Führungskräfte zu haben mag sich wirklich toll anhören, doch wie baut man eine Führungspersönlichkeit auf oder wie findet man diese seltenen, motivierten und treuen potenziellen Führungskräfte?

Finden Sie eine potenzielle Führungspersönlichkeit, die selbständig arbeitet, wenn Sie nicht da sind, und Sie werden jede Menge Zeit haben, um eine zweite Führungspersönlichkeit aufzubauen.

Das falsche Führersyndrom

Manche Leute glauben, sie hätten Führungspersönlichkeiten oder potenzielle Führungspersönlichkeiten, doch in Wirklichkeit haben sie keine.

In den frühen 80er Jahren hörten ein paar große Network-Marketing-Unternehmen mit dem Geschäft auf. Manche ihrer Vertriebspartner hatten über 50.000 Leute in ihren Downlines.

Da ihre eigene Network-Marketing-Unternehmen nicht mehr bestand, machten sich viele dieser „Führungspersönlichkeiten“ mit großen Organisationen auf die Suche nach einer anderen Geschäftsgelegenheit im Network-Marketing-Bereich.

Sie sprachen einen Vertriebspartner von einer anderen Unternehmen an und sagten:

„Ich suche nach einem Sponsor, um bei deiner Network-Marketing-Unternehmen einzusteigen. Ich möchte mich deiner Unternehmen anschließen. Ich komme gerade von jener Network-Marketing-Unternehmen, die das Geschäft eingestellt hat, und ich hatte zuletzt 50.000 Leute in meiner Gruppe.“

Der Sponsor wird ganz aufgeregt:

„Mensch, dieser Typ will bei uns mitmachen! Er hat 50.000 Vertriebspartner in seiner Gruppe. Ich werde steinreich werden. Ich kann mich zur Ruhe setzen. Ab geht's nach Hawaii!“

Nach Hawaii? Vielleicht auf einem Frachtschiff!

Diese „Führungspersönlichkeit“ schließt sich also an. Leider hatte der Sponsor nicht erkannt, dass die Gruppe diesem sogenannten „Anführer“ gegenüber nicht treu war. Die Vertriebspartner hatten keine Loyalität entwickelt. Er hatte ihnen nie wirklich geholfen. Er hatte ihnen keinen Gefallen getan. Es gab keine Beziehung zwischen ihnen.

Von den 50.000 Menschen in seiner Organisation zogen sich 40.000 aus Network Marketing zurück. Sie wollten nichts mehr damit zu tun haben.

Von den übrigen 10.000 wussten etwa 9.000 überhaupt nicht, wer der sogenannte „Anführer“ war.

Von den übrigen 1.000, die ihn kannten, hassten 950 diesen sogenannten „Anführer“.

Von den übrigen 50 Vertriebspartnern waren sich etwa 45 nicht sicher, ob sie sich anschließen wollten.

Damit blieben von den ursprünglichen 50.000 in seiner Downline nur fünf Leute übrig, die bereit waren, sich einzuschreiben.

Das war der „große Anführer“, der in Wirklichkeit nur etwa fünf treue Vertriebspartner hatte. **Das ist keine Führungspersönlichkeit!**

Jene raren Führungspersönlichkeiten finden

Vertriebspartner kommen und gehen, doch Führungspersönlichkeiten sind Menschen, die Ihnen gegenüber und der Unternehmen gegenüber treu sind.

Sie betreiben das Geschäft aus ihren eigenen Gründen. Sie werden an ihrem Geschäft weiterarbeiten, auch wenn Sie auf Hawaii oder auf einer Karibikkreuzfahrt sind.

Wie erlangen Sie eine solche Loyalität? Wie finden Sie eine solche Führungspersönlichkeit?

Viele neuere Vertriebspartner werden eine Führungspersönlichkeit in einer anderen Network-Marketing-Unternehmen sehen, die mit der eigenen in Wettbewerb steht. Diese Person macht sich dort wirklich gut.

Der neue Vertriebspartner denkt sich:

„Wenn ich dieser Führungspersönlichkeit ein wirklich gutes Angebot mache, kann ich ihn von seiner Upline stehlen. Er wird bei seiner jetzigen Unternehmen aufhören und sich stattdessen meiner Unternehmen anschließen. Ja, ich werde ihm 500 Euro pro Monat mehr anbieten als er jetzt verdient.“

Die Theorie klingt gut. Warum könnte man nicht einfach eine Führungspersönlichkeit durch Bestechung zur eigenen Gruppe hinüberlocken? Wenn er seinem jetzigen Sponsor und seiner jetzigen Unternehmen gegenüber nicht loyal ist, dürfte das recht einfach sein.

Klingt gut, aber da ist ein klitzekleines Problem.

Was wird geschehen, wenn Ihre neue, frisch gestohlene und bestochene Führungspersönlichkeit ein anderes Angebot bekommt, das nur ein kleines Bisschen besser ist als Ihres?

Sagen wir, jemand bietet dieser Führungspersönlichkeit 501 Euro pro Monat zusätzlich. Und hopp! Ihre „gestohlene“ Führungspersönlichkeit wurde schon wieder gestohlen, diesmal von jemand anderem.

Sehen Sie das mal so. Sie können nicht einfach durch die Gegend ziehen und Führungspersönlichkeiten stehlen, denn wenn diese ihren jetzigen Sponsoren gegenüber nicht loyal sind, werden sie es bestimmt auch ihnen gegenüber nicht sein.

Diese Methode ist also offensichtlich **nicht das Richtige für uns**. Was könnte man sonst noch tun?

Ein anderer Ansatz

Was Sie finden müssen, ist jemand, der noch keine Führungspersönlichkeit ist, der sich aber der Sache ernsthaft verschreibt und dieses Geschäft erlernen will.

Zu dieser potenziellen Führungspersönlichkeit sagen Sie:

„Wenn du es wirklich ernst meinst und dieses Geschäft machen willst, dann werde ich dich erfolgreich machen. Ich werde wie besessen und ohne Pause mit dir arbeiten, ich werde dir alles beibringen, was du wissen musst, um an die Spitze zu kommen, und weitermachen, bis wir dir eine solide Gruppe und ein Vollzeitarbeits-Einkommen aufgebaut haben.“

Stellen Sie sich vor, Sie verbringen sechs Monate damit, dieser Person zu helfen, erfolgreich zu werden. Glauben Sie, Ihre neu geschaffene

Führungspersönlichkeit wird Ihnen das hoch anrechnen und Ihr Engagement für ihren Erfolg schätzen? Ganz bestimmt. Diese Person wird Sie für den besten Menschen der Welt halten. Sie wird vielleicht sogar ein Bild von Ihnen auf ihren Schreibtisch stellen, direkt neben ihr Familienfoto.

Was geschieht nun sechs Monate später, wenn ein anderer Vertriebspartner sich an Ihre neue Führungspersönlichkeit wendet und sagt:

„Komm, steige doch aus der Unternehmen aus, wo du jetzt bist. Komm mit mir, fang wieder ganz von vorne an, komm, pack die Gelegenheit beim Schopf und steige bei meiner neuen, wunderbaren Network-Marketing-Unternehmen ein. Ich weiß, du kennst mich nicht, ich habe dich ja eben erst angesprochen, und normalerweise stehle ich keine Führungskräfte von anderen Gruppen, aber ich werde dir zur Seite stehen. Vertrau mir.“

Ihre Führungspersönlichkeit wird sich denken: *„Wenn dieser Typ sich nichts dabei denkt, Leute von anderen zu stehlen, wird er wahrscheinlich irgendwann auch Leute von mir stehlen!“*

Ihre Führungspersönlichkeit wird wahrscheinlich taktvoll zu dieser Person sagen:

„Ich weiß nicht viel über Sie. Ich weiß aber, dass ich nicht erfolgreich sein kann, wenn ich von einer Network-Marketing-Unternehmen zur anderen wechsele. Und ich weiß, dass mein Sponsor sechs Monate investiert hat, um mich erfolgreich zu machen. Vorher war ich nicht erfolgreich, jetzt bin ich es. Ich bin meinem Sponsor gegenüber zu Loyalität verpflichtet. Außerdem weiß ich, dass mein Sponsor weiterhin mit mir zusammenarbeiten wird. Er macht nicht nur bloße Lippenbekenntnisse oder gibt leere Versprechen.“

Auf Führungspersönlichkeiten, die Sie persönlich aufbauen, können Sie sich verlassen. Sie können nachts ruhig schlafen. Sie brauchen Network-Marketing-Piraten, die mit Bestechung locken, nicht zu fürchten.

Auf diese Weise schützen Sie Ihr Geschäft, während Sie stetig auf einer soliden Grundlage aufbauen und nach vorwärts schreiten. Niemand will sich abrackern, um laufend nur verloren gegangene Führungspersönlichkeiten und verlorenes Geschäft zu ersetzen.

Das ist eines der wichtigsten Kennzeichen der Superstars im Network Marketing. Sie bauen ihre Führungskräfte auf und behalten sie.

Weiter geht's im Buch:

www.mlm-training.com/tomschreiter