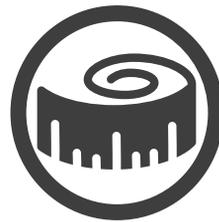


ERFOLGREICHES
NETWORK
MARKETING
MIT
NAHRUNGS
ERGÄNZUNGEN
LESEPROBE



KEITH & TOM "BIG AL" SCHREITER

ERFOLGREICHES
NETWORK
MARKETING
MIT
NAHRUNGS
ERGÄNZUNGEN

KEITH & TOM ,BIG AL' SCHREITER

INHALT

	Vorwort	VII
1	Entscheidungen	9
2	Mit wem kann ich zuerst reden?	13
3	Wie man im Interessentengespräch die eigene Nervosität löst	23
4	Schritt Nr. 1: Baue zuerst Rapport auf	27
5	Schritt Nr. 2: Eisbrecher	37
6	Schritt Nr. 3: Abschlüsse	53
7	Sieh nur, wie einfach es sein kann.	59
8	Schritt Nr. 4: Die Präsentation	65
9	Die Ein-Minuten-Präsentation	73
10	Die Zwei-Minuten-Story	87
11	Gruppenpräsentationen	103
12	Wo und wie man Interessenten findet	109
13	Und schließlich ...	117
14	Ich danke dir	119

VORWORT

Verkaufst du Ernährungsprodukte im Gesundheits- und Wellnessbereich?

Dann wird dieses Buch für dich eine Schatztruhe an Ideen darstellen, wie du deine Interessenten dazu bringst, zu Kunden oder Vertriebspartnern zu werden.

Mit Sicherheit wird nicht jeder Vorschlag die perfekte Idee für die perfekte Situation darstellen. Aber alles, was du brauchst, ist eine einzige gute Idee, die dein Geschäft und dein Einkommen für den Rest deines Lebens zum Positiven verändert.

In diesem Buch werden wir großartige Dinge aufdecken, wie du über deine Produkte und dein Geschäft sprechen kannst. Denke immer daran, dass es viel mehr um die Qualität und nicht so sehr um die Quantität deiner Ideen geht, wenn du lernen möchtest, wie du für einen Unterschied in deinem Geschäftsaufbau sorgst. Und es geht darum, wie du diese Ideen in Aktivitäten umsetzt.

Gesundheitsprodukte sind meist "Präventivangebote" und daher schwer an neue Interessenten zu vermarkten. Weshalb? Weil sie möglicherweise keinen sofortigen Unterschied sehen oder spüren können.

Es gibt ein altes Sprichwort: "Eine Vorsorge zu vermarkten, ist schwierig. Aber eine Heilung zu verkaufen, ist einfach."

Wenn sie eine Heilung benötigen, werden unsere Interessenten umgehend handeln. Hier ist ein Beispiel:

Unser Zahnarzt sendet uns einen Hinweis, dass unsere jährliche Untersuchung ansteht. Wir sind nicht besonders motiviert.

Doch dann bekommen wir Zahnschmerzen. Jetzt werden wir umgehend aktiv und vereinbaren einen Termin.

In den meisten Ländern werden Gesundheitsprodukte als Vorsorgemaßnahme geführt und Medikamente als Heilmittel klassifiziert. Aber mach dir keine Sorgen. Wir können es lernen, die richtigen Dinge zu sagen und zu tun, um unsere Gesundheitsprodukte zu vermarkten. Das ist der Grund, warum es einen solch großen Unterschied macht, die richtigen Worte zur Verfügung zu haben.

Beachte bitte, dass in unterschiedlichen Staaten, Ländern und Regierungsbereichen unterschiedliche Gesetze gelten. Und natürlich gelten auch in unterschiedlichen Firmen unterschiedliche Richtlinien. Da sich die Dinge, die wir sagen oder nicht sagen dürfen, ständig ändern, halte dich bitte bezüglich der aktuellen Regeln regelmäßig bei deiner Firma auf dem Laufenden.

Doch alle Beispiele in diesem Buch werden uns dabei helfen, Sätze und Worte zu finden, die für Ergebnissen sorgen. Unsere Worte können mehr Menschen dabei helfen, die Vorteile dessen zu genießen, was wir anzubieten haben.

Lass uns also gleich mit einigen tollen Dingen anfangen, die wir sagen und tun können.

Entscheidungen

Unser Geschäft basiert darauf, für Entscheidungen zu sorgen. Unsere Firma stellt die Produkte, die Website, die Anwälte und den Kundenservice zur Verfügung. Und sie versendet die Ware sogar direkt an unsere Kunden.

Tatsächlich kann unsere Firma alles tun. Außer ...

... unsere Interessenten dazu bewegen, eine „Ja“-Entscheidung zu treffen und zu Kunden oder Vertriebspartnern zu werden.

Das ist der Grund, warum uns unsere Firma braucht.

Das Unternehmen übernimmt fast alles. Alles, was wir zu tun haben, ist, unsere Interessenten zu einer „Ja“-Entscheidung zu bewegen.

Wow! Das ist eine tolle Sache für uns. Weshalb?

Weil unsere Arbeit einfach ist. Wenn wir einmal gelernt haben, wie man Interessenten dazu bringt, eine Entscheidung zu treffen, können wir in Rekordzeit ein riesiges Geschäft aufbauen. Neue Kunden gewinnen? Einfach. Neue Vertriebspartner finden? Kein Problem.

Die offensichtliche Frage lautet also: *„Wie treffen Interessenten ihre Entscheidungen?“*

Nun, die Antwort könnte für uns überraschend sein.

Lass uns also zur Sache kommen.

So treffen Menschen KEINE Entscheidungen:

Sie warten, bis ihnen das Universum ein Zeichen schickt.

Sie hören auf das leise Flüstern in ihren Köpfen.

Vergleichen 10.000 Gründe, die dafür und 9.000 Gründe, die dagegensprechen, miteinander.

Sie lassen eine stundenlange Präsentation über sich ergehen, sehen sich Videos an, betrachten PowerPoint-Folien, hören Erfahrungsberichten zu, wägen am Ende der Präsentation sorgfältig das Pro und Contra ab und treffen dann aufgrund der Fakten eine logische Entscheidung.

Nun, das mag zwar die Vorgehensweise sein, die uns andere beigebracht haben. Aber die Realität sieht ganz anders aus.

Wenn wir genau wüssten, auf welche Weise Menschen ihre Entscheidungen treffen, wie viel wäre dieses Wissen für uns wert?

Millionen.

Das ist auch der Grund, warum du weiterlesen solltest.

Hier kommt die Kurzfassung

Die Wissenschaft der Entscheidungsfindung ist ein äußerst weites Feld. Wir werden sie in diesem Buch nicht vertiefen.

Alles, was wir zu lernen haben, sind vier simple Schritte. Mit diesen bringen wir unsere Interessenten dazu, sich für ein „Ja“ zu entscheiden, damit wir ein erfolgreiches Network-Geschäft im Gesundheitsbereich aufbauen können.

Schritt Nr. 1: Rapport aufbauen. Wenn uns unsere Interessenten nicht vertrauen oder uns nicht mögen, dann wird nichts, was wir zu präsentieren haben, für einen großen Unterschied sorgen. Doch zum Glück müssen wir nur ein paar Sekunden für diesen Schritt verwenden, um das Maß an Vertrauen und Glauben zu gewinnen, das wir brauchen.

Schritt Nr. 2: Eisbrecher einsetzen. Jetzt, da uns unsere Interessenten zuhören werden, können wir unser geschäftliches Angebot in unsere private Konversation einfließen lassen. In vielen Fällen werden unsere Interessenten an dieser Stelle – abhängig davon, wie wir unser Geschäft betreiben – ihre endgültige „Ja“-Entscheidung treffen. So manche unserer Interessenten werden denken: *„Ja, das klingt gut. Das will ich auch.“*

Schritt Nr. 3: Den Abschluss herbeiführen. Nachdem wir unseren Interessenten durch unseren Eisbrecher einen kurzen Hinweis gegeben haben, worum es bei unserem Geschäft geht, werden in ihren Köpfen einige bereits existierende Programme ablaufen. Es könnte ein Programm sein, dass sie ein längeres Leben führen wollen. Oder ein Programm, welches bedeutet, dass sie mehr Geld verdienen wollen. Bei diesen Interessenten ist die Entscheidung für ein „Ja“ umgehend gefallen. Und auch alle anderen können wir mit nur ein oder zwei Sätzen dazu auffordern, eine „Ja“- oder „Nein“-Entscheidung zu treffen.

Die oben genannten drei Schritte können in nur 15 Sekunden abgeschlossen sein. Entspanne dich. Es mag jetzt schwer zu glauben sein, aber du wirst in diesem Buch sehen, wie es funktioniert.

Schritt Nr. 4: Wenn die Antwort auf Schritt Nr.3 „Ja“ lautet, dann – und nur dann – werden wir eine Präsentation geben.

Und das war's schon. Unsere Präsentation könnte möglicherweise nur 15 Sekunden dauern. Oder eben so lange, wie unsere Interessenten es wünschen. In diesem Buch werden wir viele Mini-Präsentationen behandeln, die nur wenige Sätze lang sind.

Nun aber zurück zu der Kurzversion.

Wir werden diese vier kleinen Schritte erlernen, und wir werden „Ja“-Entscheidungen erhalten.

Mach dich also bereit, dass du mehr Kunden und Teampartner finden wirst.

Doch zuerst müssen wir Menschen finden, mit denen wir reden können.

Mit wem kann ich zuerst reden?

Bevor wir die vier Gesprächsschritte einsetzen können, müssen wir jemanden finden, mit dem wir reden können. Wie also erhalten wir eine Gelegenheit, um uns mit anderen unterhalten zu können?

Lass uns zuerst einen Blick auf die drei Sorten von Interessenten werfen.

Erstens, unsere Verwandten und engen Freunde.

Es gibt ein altes Sprichwort: *„Ein Hund weiß, wenn er beißen kann.“*

Die Menschen, die uns am besten kennen, werden spüren können, wenn wir versuchen, ihnen etwas zu verkaufen. Sie fühlen eine eventuelle Verzweiflung und Hintergedanken. Wenn sie letztere erkennen können, worin sollten unsere Hintergedanken dann bestehen?

Darin, ihnen helfen zu wollen.

Bevor wir uns mit unseren nahen Verwandten und Freunden unterhalten, wollen wir uns überlegen, welche Hintergedanken wir haben. Was sind Hintergedanken überhaupt? Es sind die Gedanken und Intentionen, die sich mit einem gewünschten Ergebnis befassen.

Unsere Gesprächspartner erkennen unsere Tonart, unsere kleinsten Gesichtsausdrücke und unsere Körpersprache. Es ist egal, wie unsere Hintergedanken aussehen mögen, sie werden durchscheinen. Unsere Hintergedanken werden mehr Einfluss haben, als die Worte, die wir verwenden.

Bevor wir unsere ersten Worte aussprechen, wollen wir unsere Hintergedanken in unserem Kopf ausrichten. Wir sollten denken:

1. Ich möchte dieser Person helfen.
2. Ich werde ihr eine „Auswahlmöglichkeit“ anbieten.
3. Sie kann entscheiden, ob diese Möglichkeit für sie interessant ist oder nicht.

Und wie wird diese Möglichkeit aussehen?

Vielleicht bieten wir unseren Gesprächspartnern eine Gelegenheit, sich ein zusätzliches Einkommen zu erschaffen, ein besseres Immunsystem aufzubauen oder sich um ihren Körper zu kümmern, damit sie länger leben.

Aber denke daran, dass wir nur eine Möglichkeit anbieten. Das bedeutet, keine Überzeugungs- oder Hochdrucktechniken einzusetzen.

Stell es dir vor, wie die Auswahl eines Restaurants. Wir können unseren Freunden und Verwandten vorschlagen, ein bestimmtes Restaurant zu besuchen, aber es ist in Ordnung, wenn sie sich entscheiden, nicht dorthin zu gehen.

Unsere Gesprächspartner schätzen es, wenn ihnen ihr Leben zusätzliche Möglichkeiten bietet. Wer würde das nicht? Wir können folgendes sagen: *„Dies ist eine zusätzliche Option für deinen Lebensweg. Du kannst dich jetzt, später oder nie dafür entscheiden. Aber diese Möglichkeit wird dir immer zur Verfügung stehen.“*

Dies bedeutet, keine Zurückweisung zu erleben und keinen Druck auszuüben. Wir bieten unseren Interessenten eine Möglichkeit. Das ist alles.

Unsere Verwandten und nahestehenden Freunde kennen uns gut. Sie werden unsere wahre Intention sofort erkennen.

Die zweite Möglichkeit: Wir können anderen mitteilen, dass wir eine Lösung für ihr Problem haben könnten.

Diese Möglichkeit ist sogar noch wirkungsvoller. Wir sorgen uns ständig über unsere Probleme. Hier sind ein paar Probleme, unter denen andere Menschen leiden könnten:

Energiemangel.

Ein angegriffenes Immunsystem.

Ihre Kinder mögen kein gesundes Essen.

Alt werden.

Geringe Rücklagen fürs Alter.

Ein zeitraubender Weg zur Arbeit.

Ein schrecklicher Chef oder eine zermürende Arbeitsstelle.

In diesem Fall würde unser Gespräch wie folgt ablaufen:

Wir: *„Hast du [dieses Problem]? Wäre es in Ordnung, wenn wir es lösen könnten?“*

Hier sind ein paar Beispiele:

Wir: *„Ist es Ihnen unangenehm, an Samstagen hier im Einkaufszentrum arbeiten zu müssen?“*

Interessant: *„Ja, klar.“*

Das war leicht. Hier ist das zweite Beispiel.

Wir: *„Wäre es in Ordnung, wenn es eine andere Lösung gäbe?“*

Interessant: *„Klar. Wann können wir uns unterhalten?“*

Das war leicht. Hier ist ein drittes Beispiel.

Wir: *„Finden Sie, dass es anstrengend ist, älter zu werden?“*

Interessant: „*Ja! Jede kleine Aufgabe wird schwieriger.*“

Wir: „*Wäre es in Ordnung, wenn wir ein paar natürliche Wege ausprobieren, um den Alterungsprozess zu verlangsamen?*“

Interessant: „*Klar. Wann können wir uns unterhalten?*“

Die dritte Gruppe? Menschen, die wir nicht kennen.

Mit dieser Gruppe werden die Gespräche etwas schwieriger. Wenn diese Menschen mit uns in Kontakt kommen, werden sie denken:

Wer ist diese Person?

Was will sie von mir?

Kann ich dieser Person vertrauen?

Sollte ich meinen Verkäufer-Schutzschild hochfahren?

Ist es ratsam, skeptisch zu sein?

Sollte ich meine Geldbörse verstecken?

Ich werde versuchen, einem Verkaufsversuch aus dem Weg zu gehen.

All diese Gedanken bedeuten, dass wir uns mit diesem Fremden nicht in Rapport befinden.

Wir werden Zeit mit dem Versuch verbringen, Vertrauen und Rapport aufzubauen. Wenn uns dies erst einmal gelungen ist, können wir fortschreiten und einen Termin vereinbaren. Ja, es könnte bei einer fremden Person ein oder zwei weitere Kontakte erfordern, um zuerst einmal Rapport aufzubauen.

Manche Menschen sind Naturtalente, wenn es darum geht, Vertrauen zu erschaffen. Ihnen gelingt es in Sekunden, Rapport entstehen zu lassen. Und wir anderen? Wir müssen etwas mehr Arbeit investieren, um eine Verbindung zu fremden Menschen aufzubauen.

Ein paar Worte, um die Ängste eines Fremden aufzulösen.

Hier ist ein kurzes Beispiel, wie leicht es sein kann, einem fremden Menschen zu helfen, sich zu entspannen und wohler zu fühlen.

Wenn unser Gesprächspartner eine Wand von Abwehr und Misstrauen aufbauen, können wir gleich zu Beginn sagen:

„Keine Sorge, Sie brauchen nichts zu tun und alles wird beim Alten bleiben. Aber wenn Sie Interesse an einer Möglichkeit haben, von Zuhause aus zu arbeiten, statt jeden Tag zur Arbeit fahren zu müssen, dann kann ich ihnen jetzt eine solche Möglichkeit zeigen.“

Das klingt ziemlich unbedrohlich.

Lass uns als Nächstes ein paar Wege kennenlernen, um unsere eigenen Ängste abzulegen, mit Fremden zu reden.

Leseprobe

Wie man im Interessentengespräch die eigene Nervosität löst

Es ist nicht unsere Präsentation, die uns nervös macht, sondern unsere Intention.

Besteht unsere Intention darin, die andere Person einzuschreiben oder zum Kauf unserer Produkte zu bewegen?

Dann wird sich das in allem, was wir sagen und tun, widerspiegeln. Menschen können aggressive Verkäufer auf eine Meile Entfernung riechen.

Was wäre aber, wenn wir lediglich die Intention hätten, ihnen eine Möglichkeit anzubieten? Wir interessieren uns nicht dafür, ob sie von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, wir sorgen nur dafür, dass sie wissen, dass ihnen diese Möglichkeit zur Verfügung steht.

Dann nehmen wir unsere persönlichen Gefühle aus dem Spiel und akzeptieren die Entscheidungen, die unsere Interessenten treffen. Wir wollen das, was für sie am besten ist. Und was geschieht dann? Unsere Interessenten werden unsere neue Intention erkennen und sich entspannen. Jetzt werden unsere Gespräche stressfrei.

Wir könnten beispielsweise beginnen, indem wir folgendes sagen: *„Würden Sie gern etwas über eine neue Möglichkeit hören?“*

Wenn die Antwort „Ja“ lautet, wird das Gespräch einfach und freudvoll sein.

Eine Möglichkeit zu bieten, bedeutet: *„Es ist völlig in Ordnung, wenn Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch machen oder es nicht tun. Egal, wie Sie*

sich entscheiden, niemand wird Sie unter Druck setzen.“ Dies gibt unseren Interessenten ein sicheres Gefühl. Sie sind entspannt und haben keinen Grund, uns zurückzuweisen.

Wenn du vermeiden möchtest, dich nervös zu fühlen, erinnere dich einfach an das Wort „*Möglichkeit*“.

Aber es wird noch besser!

Hier sind die allerbesten Neuigkeiten.

Die meisten Menschen sind bereits an den Dingen interessiert, die wir anbieten. Das bedeutet, dass wir nichts verkaufen müssen.

Kein Verkauf. Wenn unsere Interessenten bereits wollen, was wir anzubieten haben, dann müssen wir lediglich eines tun: Vermeiden, es ihnen wieder auszureden.

Falls dies schwer zu glauben ist, lass uns eine Umfrage durchführen. Wir werden losziehen und 50 Menschen fragen: „*Wollen Sie länger leben oder lieber bald sterben?*“ So gut wie jeder Mensch will länger leben. Die Menschen mögen über diese Aussage lächeln, aber sie wollen definitiv länger leben, sind also bereits vorqualifiziert.

Als Nächstes werden wir 50 Menschen fragen: “Wollen sie gerne mehr oder lieber weniger Geld in ihrem Leben haben?“ Die meisten Menschen wünschen sich zusätzliches Geld. Sie wollen mehr von uns darüber erfahren.

Wow!

Hier ist also unsere neue Vorgehensweise.

1. Unsere Gesprächspartner wollen, was wir anzubieten haben.
2. Sei kein aufdringlicher Verkäufer und versuche nicht, andere zu überzeugen.
3. Biete ihnen stattdessen die Möglichkeit, von unseren Produkten und unserer Geschäftsgelegenheit zu erfahren.

4. Überlasse ihnen die Entscheidung, ob dies für sie ein guter Zeitpunkt ist, um „Ja“ zu sagen.

Das war nicht so schwer, oder?

Keine Angst mehr davor, mit Interessenten zu sprechen. Wir machen ihnen lediglich das Geschenk einer zusätzlichen Möglichkeit. Es macht Freunde, etwas zu schenken.

Lass uns nun zu den vier Schritten eines Gesprächs kommen, die wir einsetzen werden, wenn wir uns mit Interessenten unterhalten. Du erinnerst dich noch daran?

Schritt Nr. 1: Rapport.

Schritt Nr. 2: Eisbrecher.

Schritt Nr. 3: Abschluss.

Schritt Nr. 4: Präsentation.

Leseprobe

Schritt Nr.1: Baue zuerst Rapport auf.

Rapport bedeutet, dass uns unsere Interessen vertrauen und glauben. Tun sie es nicht, werden sie nicht kaufen oder einsteigen.

Rapport ist etwas anderes als eine Beziehung. Vertrauen und Glauben können wir in ein paar Sekunden aufbauen. Beziehungen? Nun, dafür braucht es etwas mehr Zeit. Wir müssen uns im Moment keine Sorgen über intensiven Beziehungsaufbau machen. Alles, was wir tun müssen, ist, für genug Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu sorgen, um unsere Botschaft überbringen zu können.

Die Entscheidung, uns zu glauben und zu vertrauen

benötigt nur wenige Sekunden.

Unsere Interessenten beurteilen uns in den ersten paar Sekunden hart und intensiv.

Menschen treffen schnell Entscheidungen. Warum?

Wenn vor tausenden von Jahren ein Höhlenmensch auf einen Fremden stieß, musste er eine schnelle Entscheidung treffen. Wird dieser Fremde hilfreich sein? Oder gefährlich? Wenn der Höhlenmensch zu viel Zeit mit Nachdenken verbrachte, konnte dies für ihn tödlich ausgehen.

Wie sieht es heutzutage aus? Wenn ein fremder Mensch zur Tür hineinkommt, beurteilen wir diesen Fremden sofort. Wird es in Ordnung sein, wenn dieser Fremde neben mir sitzt? Sollte ich meine

Geldbörse oder meine Handtasche schützen? Warum trägt dieser Fremde eine Maske und hält eine Axt in seiner Hand? Ja, wir treffen immer noch sofortige Entscheidungen, die aufgrund weniger Sekunden langen Informationen gefällt werden.

Unsere erste Herausforderung im Network Marketing besteht darin, einen positiven Rapport zu unseren Interessenten aufzubauen.

Aber zuerst ein paar gute Nachrichten. Wir haben bereits zu den meisten Menschen, die wir kennen, Rapport aufgebaut. Solange wir nicht ihr Auto gestohlen oder sie gefeuert haben, werden uns die meisten Menschen vertrauen und glauben, was wir sagen.

Doch zu fremden Menschen besteht noch kein Rapport. Wir werden bei unseren Bemühungen, um Rapport aufzubauen, bewusst vorgehen müssen. Aber es wird nur ein paar Sekunden erfordern.

Die ersten Sekunden, die wir in den Aufbau von Rapport investieren, sind der wichtigste Teil unseres Gesprächs. Wir müssen für Rapport gesorgt haben, bevor wir unsere Botschaft überbringen.

Weiter geht's im Buch:
www.mlm-training.com/tomschreiter