Die vier Säulen des Network-Marketing

Wirtschaftsjournalist Karl Pilsl über einzigartige Produkte, Vergütungspläne und Arbeitslogistik

Seit mehr als 20 Jahren beschäftigt sich als Wirtschaftsjournalist Karl Pilsl in den USA mit den Themen Network-Marketing, MLM und Empfehlungsmarketing. Er hat sich in dieser Zeit in weit mehr als 20 verschiedenen Unternehmen als Franchisepartner (Geschäftspartner) einschreiben lassen, um herauszufinden, wie seriös dieses in den USA weit verbreitete Wirtschaftsmodell ist und was mit den Menschen in den verschiedenen Firmen geschieht, wenn sie sich für eine Geschäftspartnerschaft entschieden haben. Welche Fragen ihn dabei beschäftigten und was er als die vier wichtigsten Säulen des Network-Marketings bezeichnet, erörtert er im Folgenden.

Je mehr Arbeit der Geschäftspartner hat, umso weniger Zeit hat er für Kunden und umso langsamer kommt er im Aufbau voran.

Als Journalist haben mich dabei vier wesentliche Punkte ganz besonders interessiert. Zuerst einmal welche Produkte angeboten werden, und ob diese für den Endverbraucher wirklich von Nutzen sind. Ferner habe ich mich mit Marketing- und Vergütungsplänen befasst. Ich bin der Frage nachgegangen, wer der tatsächliche Nutznießer dieser Vergütungspläne ist. Als drittes habe ich mich mit den Dienstleistungen von Unternehmern beschäftigt. Abschließend zählt das Ergebnis für den einzelnen Geschäftspartner und das, was aus ihm wird.

Mehr als 20 Jahre beschäftigt sich Karl Pilsl schon mit Network-Marketing.

Nach vielen Jahren und mehr als 100.000 Menschen, zu denen ich als Wirtschaftsjournalist seither über diese Wirtschaftsrevolution gesprochen habe, kann ich Folgendes sagen: Es gibt vier wichtige Säulen im seriösen Network-Marketing. Wenn es richtig gemacht wird, ist es das naturkonformste Wirtschaftsmodell der Gegenwart.

Säule 1 – Das Produkt bzw. die angebotene Problemlösung

Das Produkt muss einzigartig sein. Eine wahre Bereicherung für das Leben des Kunden. Ein ausgesprochener Nutzen, eine Problemlösung, die man in dieser Form im traditionellen Handel nicht kaufen kann. Das Produkt muss den Kunden so stark begeistern, dass er den Mund nicht halten kann. Damit beginnt Empfehlungsmarketing automatisch. Nur begeisterte Kunden können weitere begeisterte Kunden hervorbringen. Wenn zufriedene Endverbraucher Ihre besten Verkäufer für eine Sache werden, ist Ihre Zukunft gesichert. Stellen Sie sich nun folgende Fragen:

- Ist diese Säule in Ihrem Unternehmen wirklich vorhanden?
- Wenn ja, wie ausgeprägt ist sie?
- Gibt es dafür bereits nachvollziehbare Erfahrungen?

Säule 2 – Der Marketing- und Vergütungsplan

Wie steht es mit dem Marketingplan, ganz besonders mit dem Vergütungsplan? Es sollte in erster Linie ein Vergütungsplan sein, der die Weiterempfehlung honoriert und nicht hauptsächlich das Verkaufen. Wer will schon gerne verkaufen? Vielleicht fünf Prozent unserer Gesellschaft haben wirklich Freude daran, anderen Menschen etwas zu verkaufen. Aber das begeisterte Weiterempfehlen einer Problemlösung ist wirklich für die allermeisten Menschen eine ganz normale Sache.

- Wird das Verkaufen entlohnt, handelt es sich eher um einen Strukturvertrieb.
- Wenn das Weiterempfehlen belohnt wird, so ist das lupenreines Empfehlungsmarketing.

Natürlich ist nichts Schlechtes dabei, wenn Verkaufen entlohnt wird. Aber: Liegt Ihnen das Verkaufen oder wollen Sie lieber einfach nur Weiterempfehlen? Außerdem ist es wichtig, ob „Leadership" – das visionäre Führen von Menschen – zusätzlich entlohnt wird? Gibt es eine besondere Belohnung dafür, sich in andere Menschen zu investieren und diesen zu helfen, vorwärts zu kommen? Was nicht entlohnt wird, geschieht auf Dauer nicht und wird bald wieder vernachlässigt.

Wenn das Unternehmen, mit dem Sie zusammenarbeiten, den Vergütungsplan häufig ändert, dann ist das kein positives Zeichen. Dieses Unternehmen wird es nicht lange am Markt geben, weil die Geschäftspartner immer frustrierter werden und schließlich das Unternehmen verlassen werden. Stellen Sie sich nun folgende Fragen:

- Wie steht es mit dieser Säule in Ihrem Unternehmen?
- Wie häufig wurde bisher der Vergütungsplan – zu Ihren Ungunsten – geändert?
- Wenn Änderungen des Vergütungsplanes erforderlich sind: Werden die Geschäftspartner im Vorfeld in die Überlegungen miteinbezogen oder nicht?

Säule 3 – Die Logistik

Um es auf den Punkt zu bringen: Je mehr Arbeit der Geschäftspartner mit Produkten, Zustellungen, Rechnungen schreiben, Inkasso und Abrechnungen zu tun hat, umso weniger Zeit hat er für den Kunden und den Aufbau neuer Geschäftspartner und umso langsamer kommt er im Aufbau seiner eigenen Organisation/Struktur voran. Je weniger Arbeit der Geschäftspartner selbst zu erledigen hat, weil ihm das Unternehmen im Hintergrund jede Arbeit, die mit der Bedienung des Kunden zu tun hat abnimmt, umso mehr Zeit hat der Geschäftspartner als Leader für seine Downline, seine Geschäftspartner, seine möglichen Kunden, für Schulungen und Trainings etc. und umso schneller kommt er mit dem Aufbau seiner eigenen Organisation vorwärts. Daher ist es sehr wichtig, dass das Unternehmen, mit dem Sie arbeiten, einen automatischen „Hausliefer-Service" anbietet, das Inkasso für Sie übernimmt, ein effizientes Informations-System hat, die monatlichen Abrechnungen für Sie und Ihre Downline ganz automatisch erstellt werden und Sie natürlich auch nichts mit der Auszahlung von Provisionen zu tun haben. Je weniger Sie mit administrativen Dingen zu tun haben, desto mehr Zeit haben Sie für andere Menschen. Somit kann Ihre Organisation und damit auch Ihr Einkommen konstant und kontinuierlich wachsen.

Säule 4 – Das Ausbildungsprogramm für die Geschäftspartner

Die wichtigste Frage im Berufsleben ist nicht: „Wo verdient man heute das meiste Geld?" Sondern eher: „Was wird aus mir?" Was aus Ihnen wird, ist viel wichtiger als die Frage, wie viel Geld Sie heute verdienen. Was aus Ihnen wird, ist abhängig davon, welchen Menschen Sie zuhören.

- Wie sieht eigentlich das Ausbildungsprogramm Ihres Unternehmens aus?
- Werden nur Produktkenntnisse geschult?
- Werden nur – oder auch zusätzlich – Marketing- und Verkaufsmethoden geschult?
- Werden Sie darüber hinaus vielleicht sogar „motiviert" besonders fleißig zu sein?

Wenn diese Themen die einzigen Schulungsinhalte sind, dann können Sie davon ausgehen, dass es in Ihrem Unternehmen nur darum geht, finanziell erfolgreich zu sein bzw. viele Produkte zu verkaufen und dementsprechend viel Geld zu verdienen. Das ist aber viel zu wenig. Seriöses Network-Marketing ist nicht in erster Linie ein Verkaufssystem oder gar eine Geldmaschine, sondern ein „Erwachsenenbildungs-Programm". Es geht doch um Sie als Mensch, oder? Es geht darum, was aus Ihnen wird? Eine „Geldmaschine" oder eine einzigartige Persönlichkeit, die immer mehr hineinwächst in ihre Einzigartigkeit, in ihren Traum, in ihre von Gott gegebene Berufung.

Wenn Sie in Ihrer Zukunft ein erfülltes Leben mit Ihrer Familie, Ihren Freunden und Ihren Geschäftspartnern leben möchten, dann muss an erster Stelle folgendes Thema stehen: Ihre Persönlichkeits-Entfaltung. People-Building.

Fragen Sie sich wer Sie sind, was Sie einzigartig macht und wer Sie sein möchten. Sie sollten wissen, wo Sie mit Ihrem Leben hin wollen, wie Sie Ihren Traum leben können und wie Sie anderen bei der Verwirklichung derer Träume helfen können. People-Building heißt die große Aufgabe. „Management mit Zahlen" wird das nie schaffen. Visionäre Leadership heißt die Antwort auf diese Frage. Ein großer Network-Leader Amerikas formulierte das einmal so: „We are not building a business using people. We are building people using a business!" Auf gut deutsch: „Wir bauen kein Geschäft auf und benutzen dazu Menschen. Wir bauen Menschen auf und benutzen dafür ein Geschäft!"