

Eine mächtige Downline - Linienaufbau mit System

Gutes Geld verdienen kann man in vielen Branchen. Daran sollten sich manche Top-Netwerker erinnern, die, durch ihre Erfolge verwöhnt, gelegentlich dazu neigen, die Bodenhaftung zu verlieren. Wer entschlossen, fleißig und ausdauernd genug ist, erreicht auch in anderen Berufen und Geschäftsfeldern fünf- oder sechsstellige Einkommen. Doch zu welchem Preis!

An der Spitze der Karriereleiter angekommen, sehen sich viele erfolgreiche Manager und mittelständische Unternehmer eingezwängt zwischen 16-Stunden-Tagen und durchgearbeiteten Wochenenden. Sie leiden unter Dauerstreß und kennen ihre Familie oft nur noch von den Bildern auf ihrem Schreibtisch. Beim jährlichen Routinecheck sehen sie in die besorgten Augen ihres Internisten, der sowohl ihre erhöhten Blutfettwerte reklamiert als auch über die Gefahren des drohenden Herzinfarkts referiert. Bei diesem Thema schlägt die Stunde des Network Marketings.

Hauptattraktion „passives Einkommen“

Wer in dieser Industrie erfolgreich wird, erhält nicht nur äußerst lukrative Vergütungen, sondern gewinnt auch an wirklicher Lebensqualität dazu. Ist das Geschäft nach wenigen Jahren erst einmal aufgebaut, fließt nämlich der Großteil der Einnahmen ohne direktes Zutun des Networkers. Die Arbeit ist getan, das Geld kommt als passives Einkommen. Wenn das erreicht ist, verwandelt sich das alte Sprichwort „Zeit ist Geld“ in sein angenehmes Gegenteil: „Geld ist Zeit.“ Denn nun hat der erfolgreiche Networker nicht nur reichlich - und immer wieder neues - Geld, sondern auch die Zeit, um es auszugeben und das Leben zu genießen.

Denn was nützen das teure Cabriolet und der bullige Geländewagen in der Garage, wenn keine Zeit da ist, um damit herumzufahren - nur so zum Vergnügen? Was hilft die goldene Kreditkarte, wenn der Inhaber

keine Zeit hat, einkaufen zu gehen? Was bringt die kostbare Gepäck-Serie von Louis Vuitton, wenn sie nicht für eine ausgedehnte Urlaubsreise an die schönsten Plätze der Welt eingesetzt wird? Welchen Sinn haben der schicke Bungalow oder das edle Penthouse-Appartement, wenn sein Bewohner nie zu Hause, sondern immer nur auf Geschäftsreise ist?

Drei Bereiche der Duplikation

Allerdings - der Traum vom dauerhaften passiven Einkommen verwirklicht sich nur dann, wenn die Organisation so stabil aufgebaut ist, daß sie auch bei stürmischen Wetter nicht zusammenbricht. Um das zu gewährleisten, muß das berühmte Network-Marketing-Gesetz der Duplikation in allen Feldern zum Wirken gebracht werden. Leider wird nämlich der langfristig wichtigste Bereich meist übersehen. Was ist gemeint?

Erfolg stellt sich in dieser Vertriebsform dann ein, wenn erprobte und nachweislich funktionierende Arbeitstechniken, Tätigkeiten und Verhaltensweisen, die ein Sponsor oder Upline vorlebt, von möglichst vielen, im Idealfall allen Vertriebspartnern in der Downline übernommen und angewendet werden. Zwei Tätigkeiten, die zu duplizieren sind, liegen auf der Hand:

- Kunden gewinnen, betreuen und zu Stammkunden machen,
- Vertriebspartner gewinnen, betreuen, fördern und erfolgreich machen.

Aufbau von Führungskräften

Wer sich also im Network Marketing auf den Weg macht, lernt zunächst selbst, wie das geht. Er bemüht sich, darin immer besser zu werden, und bringt seine erworbenen Fähigkeiten sodann seinen Vertriebspartnern bei. Er arbeitet sie ein, schult und trainiert diese, bis sie

schließlich in der Lage sind, dies wiederum an ihre Novizen weiterzugeben. So weit, so gut - doch leider genügt das nicht. Der heißersehnte Zustand, regelmäßiger Bezieher passiver Einkommen zu werden, stellt sich nur dann ein, wenn auch das dritte Feld der Duplikation erkannt und erfolgreich beackert wird:



- Führungskraft werden und systematisch Führungskräfte aufbauen!

Eine Vertriebsorganisation, die ausschließlich von persönlicher Einsatz einer einzigen Führungspersönlichkeit abhängig ist - und sei diese noch so brillant und genial -, wird eines Tages an ihrer eigenen Größe zerbrechen. Bestenfalls wird sie wieder auf die Größe schrumpfen, die von einer einzelnen Person zu managen ist.

Ohne Vertriebspartner in der Downline, die Verantwortung übernehmen und das Wachstum der Organisation selbst vorantreiben, werden nur dann Aktivitäten entfaltet, wenn die „große“ Führungskraft vor Ort ist. Sie muß die Veranstaltungen organisieren, Schulungen durchführen, Betreuungsgespräche führen und ist Ansprechpartner für jedermann. Jeder in der Gruppe ist der festen Überzeugung, daß das Geschäft nur dann läuft, wenn der Meister selbst die Dinge in die Hand nimmt und jedes Meeting persönlich abhält.

Sobald er weiterzieht an einen anderen Ort, um der dortigen Mannschaft zu helfen, schlafen alle wieder ein. Die Alleingelassenen warten einfach, bis der Champion wiederkommt - weil es ja nur dann funktioniert... Bis es dann wieder soweit ist, haben sich bereits eine Reihe vielversprechender Talente wieder verabschiedet. Die Gruppe verkleinert sich, bestenfalls stagniert sie. Wichtiges Ziel eines mittel- und langfristig orientierten Organisationsaufbaus ist daher das Finden potentieller Führungskräfte, deren Entwicklung und Förderung.

Breite zählt

Eine vielköpfige, umsatzstarke und von möglichst vielen Führungskräften getragene Downline ist für einen karrierehungrigen Networker allerdings nur dann interessant, wenn diese auf zahlreiche Vertriebslinien verteilt ist. Von den nicht unumstrittenen binären Systemen einmal abgesehen, belohnen die meisten Vergütungssysteme einen breiten Organisationsaufbau mit möglichst vielen Erstlinien. Das macht sowohl rechnerisch als auch arbeitsethisch Sinn. Wer breit aufbaut, kommt in den Genuß höherer Bonus- oder Provisionsdifferenzen. Wer breit aufbaut, zeigt auch, daß er selbst bereit ist, die Arbeit zu tun, die er von seinen angeworbenen Vertriebspartnern erwartet. Wer breit aufbaut, streut das Risiko, sollte es in der einen oder anderen Linie einmal kriseln.

Auf dem Weg zu einer breiten erfolgreichen Frontline lauern allerdings einige Fallen, vor denen es sich zu hüten gilt, will man nicht Monate vergeuden. Eine davon ist die Neigung, bestimmte Personen mit Gewalt glücklich und erfolgreich machen zu wollen - auch wenn diese daran gar kein Interesse haben.

Gefährdet sind hierbei vor allem jene Networker, die vom Helfersyndrom geplagt werden. Sie betrachten das Geschäft gerne als Ausgangspunkt, um Mutter Teresa ernsthafte Konkurrenz zu machen. Anstatt sich darauf zu konzentrieren, eine bestimmte Anzahl von Linien aufzubauen, vergeuden sie wertvolle Zeit und Energie am falschen Objekt, das heißt an der falschen Person.

Für den geschäftlichen Erfolg ist es unerheblich, wie die Menschen heißen, die den Kopf einer aktiven Linie bilden. Noch einmal, es geht um die Zahl der Erstlinien! Wer sich nun mit Vehemenz auf die Unterstützung einer einzelnen Person stürzt, um diese - vielleicht sogar gegen deren Willen - auf Biegen und Brechen erfolgreich zu machen, hat nicht mehr genügend Zeit, um die anderen Linien zu fördern und selbst wieder neue Partner zu rekrutieren. Damit schadet er nicht nur sich selbst. Das wäre ja seine Privatangelegenheit. Nein, er schadet der ganzen übrigen Organisation. Wie das?

Network Marketing lebt vom Vorleben und Nachahmen, von Beispiel und Vorbild. Der Hauptfeind des Erfolgs ist der Zweifel vieler neuer Partner, die sich oft insgeheim fragen: „Wird es wirklich funktionieren?“ Die Führungskraft einer Vertriebsgruppe hat deshalb vor allem eine Verpflichtung: seine Gesamtorganisation wachsen zu lassen, selbst erfolgreich zu sein und immer wieder aufs neue zu zeigen: Ja, es funktioniert wirklich!

Dieser Aufgabe wird er nicht gerecht, wenn er sich den Luxus erlaubt, seine Kraft ausschließlich auf eine einzige Person zu konzentrieren, nur weil ihm diese besonders sympathisch ist oder zu seinem engeren Freundeskreis zählt. Durch diese Vorgehensweise vernachlässigt er die anderen Linien, versäumt die eigene Sponsortätigkeit, zeigt kein Wachstum in der Organisation mehr und demonstriert: Alles ist schwierig.

Was also zunächst so edel aussieht, nämlich das enorme Engagement für eine einzelne Person, gefährdet den Erfolg vieler. Diesen Luxus mag sich ein Networker leisten, wenn er den Gipfel seiner Laufbahn erreicht hat, reichlich passives Einkommen bezieht, viel Zeit hat und beginnt, sich zu langweilen. Aber auch dann wird der Betreffende möglicherweise feststellen, daß man nur denjenigen helfen kann, die sich auch helfen lassen wollen.

Linienaufbau mit System

Was auf den ersten Blick so herzlos aussieht, ist bei näherer Betrachtung eine schlichte Notwendigkeit im Sinne der prosperierenden Gesamtentwicklung einer Vertriebsorganisation im Network Marketing. Kein Upline hat das Recht, für andere zu ent-

scheiden. Jeder hat die gleichen Möglichkeiten, ganz nach oben zu kommen. Aber die Entscheidung, erfolgreich werden zu wollen oder nicht, muß jeder einzelne für sich alleine treffen und kann weder vom Sponsor noch vom Upline übernommen werden. Jenseits aller persönlichen Sympathien und dem allzu menschlichen Wunsch, bestimmte Personen zu bevorzugen, geht es rein geschäftlich ausschließlich darum, möglichst viele erfolgreiche Linien nebeneinander aufzubauen, um so ein breites Fundament und die Voraussetzung für die wirklich interessanten Einkommen zu schaffen.

Durch methodisches Vorgehen läßt sich nicht nur dieses Ziel erreichen, vielmehr können gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe geschlagen werden:

- Linien werden gezielt - und nicht zufällig - stabil aufgebaut.
- Linien werden abgesichert.
- Sponsoren finden schnell heraus, wer wirklich will.
- Neue Vertriebspartner entwickeln sich zügig zu selbständigen Networkern.
- Potentielle Führungskräfte werden rasch entdeckt und gefördert.

Das folgende System hat sich in vielen Jahren bei den unterschiedlichsten Network-Marketing-Organisationen bewährt und läßt sich wirklich von jedermann duplizieren. Wie funktioniert es?

Home-based Business

Um es so verständlich wie möglich auszudrücken, darf ich Sie als Leser nun direkt ansprechen. Angenommen, Sie haben soeben einen Interessenten für Ihr System im Einzelgespräch gewonnen, alles ist unterschrieben und die Erstbestellung unter Dach und Fach. Nun stellen Sie Ihrem neuen Geschäftspartner die listige Frage: „Was machen Sie übermorgen Abend?“ Sehr oft wird die Antwort kommen: „Weiß ich noch nicht.“ oder „Habe ich noch nichts vor.“ Dann fassen Sie nach und erklären: „Fein, dann bin ich übermorgen um 19 Uhr bei Ihnen, und wir beginnen sofort mit dem Aufbau Ihrer Gruppe. Sie laden für übermorgen fünf bis sieben Leute zu sich nach Hause ein. Sagen Sie Ihnen, daß Sie eine interessante Möglichkeit kennengelernt haben, den eigenen Lebensstandard zu verbessern. An diesem Abend kommt derjenige, der auch Ihnen diese Möglichkeit vorgestellt hat und erklärt alles. Wenn die Leute fragen, um was es da geht, antworten Sie, daß Sie die Sache eben erst selbst kennengelernt haben und es deshalb am besten ist, wenn man es aus erster Hand erfährt. Sorgen Sie dafür, daß Sie wenigstens fünf feste Zusagen haben. Erfahrungsgemäß kommen nämlich nicht alle, und so haben wir wenigstens drei

Selbständiges Arbeiten trainieren

Leute da. An diesem Abend werde ich Ihren Gästen die Geschäftsmöglichkeit vorstellen, alle Fragen beantworten und dafür sorgen, daß Sie gleich Ihre ersten eigenen Vertriebspartner einschreiben. Sie machen an dem Abend nichts anderes, als ein paar Getränke bereitzustellen und Ihre Gäste zu begrüßen. Den Rest erledige ich für Sie."

Schon in diesem Moment bekommen Sie einen ersten Eindruck davon, wie ernst es Ihrem neuen Freund wirklich ist. Kommen nämlich jetzt solche Aussagen wie „Immer mit der Ruhe. Ich muß das alles erst einmal setzen lassen.“ oder „Muß das bei mir zu Hause sein?“ oder „Ich rufe Sie an, wenn ich soweit bin.“, dann wissen Sie, Ihr frischgebackener Partner hat sich mit seiner neuen Aufgabe noch nicht so recht identifiziert. Macht nichts, Hauptsache ist, Sie wissen, woran Sie sind. Ist er einverstanden, dann kann natürlich noch folgendes passieren: Am nächsten Tag bekommen Sie einen Anruf, bei dem Ihnen Ihr Hoffnungsträger traurig erklärt, er hätte keinen Erfolg gehabt und müßte das Treffen absagen. Lassen Sie sich nicht entmutigen, und ermuntern Sie Ihren neuen Partner, weiterzutelefonieren. Schließlich ist ja noch ein ganzer Tag Zeit, und die kurzfristigen Termine sind sowieso die besten. Bieten Sie an, Ihrem Neuen beim Telefonieren zu helfen. Lehnt er das ab und besteht darauf, das Treffen zu annullieren, wissen Sie ebenfalls wieder Bescheid - so recht will er noch nicht. Bieten Sie nun einen weiteren Termin für das Meeting bei ihm zu einem späteren Zeitpunkt an - und warten Sie ab, was passiert. Ist Ihr neuer Aspirant einverstanden, weiterzumachen, bekommen Sie aber eventuell noch einen Anruf - eine Stunde, bevor das Treffen in seinem Wohnzimmer beginnen soll. Tja, so hören Sie vielleicht, es hat doch nicht geklappt. Sie brauchen nicht zu kommen. Lassen Sie sich darauf nicht ein! Sagen Sie vielmehr folgendes: „Das ist aber jetzt ein bißchen kurzfristig. Ich habe mir den Abend für Sie freigehalten. Wissen Sie was, ich komme trotzdem! Es ist gar nicht so schlecht, wenn niemand kommt. Dann haben wir nämlich Zeit, uns noch einmal in aller Ruhe zu unterhalten. In einer Stunde bin ich da.“ Sollte sich Ihr Kandidat nun mit Händen und Füßen dagegen wehren, wissen Sie wiederum, daß er Sie vielleicht ein bißchen an der Nase herumgeführt hat und an diesem Abend viel lieber ins Kino gehen wollte. Im anderen Falle haben Sie nun eine wunderbare Gelegenheit für ein intensives Gespräch. Selten wird Ihnen Ihre neue Erstlinie wieder so gut zuhören wie an diesem Abend. Er schämt sich nämlich ein bißchen,

weil er keine Gäste hergebracht hat. Diese Scharte möchte er wieder auswetzen und wird hohe Bereitschaft zur Zusammenarbeit zeigen. Lassen Sie sich die Namensliste zeigen. Wahrscheinlich stellen Sie fest, daß da gerade mal fünf Personen notiert wurde. Erstellen Sie nun gemeinsam eine Namensliste mit einhundert oder mehr Kontakten. Dann nutzen Sie den Rest des Abends, um gemeinsam zu telefonieren. Sie werden sehen, beim nächsten Meeting, das Sie noch an diesem Abend vereinbaren, ist das Wohnzimmer zum Bersten voll. Das waren die problematischen Fälle. Aber zum Glück läuft es meist viel besser. Ihr Neustarter hat Erfolg mit seinen Einladungen, und tatsächlich erscheinen einige Interessenten in dessen Wohnung und hören sich Ihre Geschichte an. Nehmen wir einmal an, davon entscheidet sich eine Person für den Start im Network Marketing. Dann hat Ihr neuer Partner bereits zwei Tage nach seinem eigenen Beginn bereits den ersten eigenen Vertriebspartner! Wie geht es weiter?

Ab in die Tiefe

Nachdem das so gut geklappt hat, liegt es scheinbar auf der Hand, daß Sie nun gleich das nächste Treffen mit Ihrem neuen Kollegen vereinbaren, um diesen Erfolg zu wiederholen - und genau das tun Sie nicht. Sie wenden sich vielmehr an den an diesem Abend neudazugekommenen Partner und bieten ihm an, so eine Geschäftspräsentation auch bei ihm durchzuführen. Sie stellen ihm die bereits bekannte Frage: „Was machen Sie übermorgen?“ Von nun an wird es noch leichter. Diese Person hat ja das Geschäft auf einem solchen Home-Meeting kennengelernt und hat sich dort dafür entschieden. Für ihn ist es also die natürlichste Sache der Welt, daß das Geschäft so aufgebaut wird. Also wird er es so duplizieren - und lädt Gäste ein. Nun fragen Sie ihn noch, ob er etwas dagegen hätte, wenn Ihre eigene Erstlinie, also sein Sponsor, auch an dem geplanten Abend zu ihm kommen und ein oder zwei Gäste mitbringen darf. Das kann er schwerlich ablehnen, ist er doch gerade selbst Gast bei seinem Sponsor ...

Zwei Abende später sind Sie dann also bei dem Neuen Ihres neuen Partners und führen die Präsentation durch. Das Spiel wiederholt sich. Angenommen, Sie rekrutieren hier auch wieder einen Interessenten für das Geschäft, dann sind Sie jetzt schon - von Ihnen aus gesehen - in der dritten Generation angekommen! Auch hier fragen Sie wieder, ob der direkte Sponsor oder der Sponsor des Sponsors auch kommen und jeweils einen Gast mit-

bringen darf.

Und noch einmal gehen Sie den gleichen Weg - und landen dann in der vierten Generation. Damit haben Sie die Linie abgesichert, denn jetzt hört Ihr direkter neuer Partner nicht mehr auf. Er hat ja jetzt schon etwas zu verlieren. Er hat verstanden, daß, wenn er jetzt den Löffel hinschmeißt, die neuen Partner der zweiten bis vierten Generation aufrücken zu Ihnen. Das gönnt er Ihnen bestimmt nicht ...

Selbständiges Arbeiten trainieren

Ebenso interessant ist aber, daß Ihre direkte Erstlinie in weniger als zwei Wochen die Geschäftspräsentation insgesamt viermal miterlebt hat! Das war eine Intensivschulung. Jetzt können Sie ihn auffordern, es auch einmal alleine zu versuchen. Ermutigen Sie ihn, schon einige Sorgesgespräche selbst zu führen. Ja, haben Sie keine Angst davor, daß er etwas falsch machen kann. Das macht doch nichts. Viel wichtiger ist, er lernt das selbständige Arbeiten. Sie erinnern sich, das wichtigste Ziel ist es, Führungskräfte heranzubilden. Hiermit fängt es an.

Den Sicherheitsgurt anlegen

Damit das aber nicht ganz ohne Netz und doppelten Boden geschieht, gehört noch eine weitere Einrichtung zu diesem System. Installieren Sie in Ihrer eigenen Wohnung ein regelmäßiges Home-Meeting zur Vorstellung der Geschäftsmöglichkeit. Regelmäßig bedeutet, daß einmal pro Woche, immer am gleichen Wochentag und zur gleichen Stunde, bei Ihnen zu Hause das Geschäft erklärt wird. Zu diesem Abend kann jeder Partner in Ihrer Downline Interessenten mitbringen. Der enorme Vorteil dieser Einrichtung ist, daß nun auch Ihre neuen Leute sehr bald damit beginnen können, das Geschäft in Einzelgesprächen selbst vorzustellen. Wenn sie noch unsicher sind, brauchen sie dabei von ihren Interessenten noch keine eindeutige Entscheidung für den Einstieg fordern. Sie haben ja immer die Möglichkeit, diese noch einmal zu Ihrem Home-Meeting mitzubringen. Ihre Neustarter können also den Interessenten immer auch folgendes sagen: „Wenn du dich heute noch nicht entscheiden kannst, dann komme doch einfach am Donnerstag mit zu meinem Sponsor. Er führt dort jede Woche eine Geschäftspräsentation durch, und du kannst dir die Sache also noch einmal von einem Dritten anhören.“

Durch diese kombinierte Vorgehensweise bringen Sie zum einen Ihre neuen Partner schnell dazu, unternehmerisch zu handeln und selbständig Gespräche zu führen, zum anderen sichern Sie den Erfolg durch das

„Auffangnetz“ Home-Meeting in Ihrer Wohnung ab. Ihre neuen - und manchmal noch ein bißchen wackeligen - Partner können somit entscheiden, wen sie ganz alleine sponsern, wen sie zur Sicherheit noch einmal zu Ihnen mitbringen und wen sie (viel Angst ...) nur zu Ihnen mitbringen.

Zellteilung

Wenn Sie diesem Muster folgen, werden Sie bald ein (angenehmes) Problem bekommen: In Ihrem Wohnzimmer wird es eng! Nachdem Sie ja konsequent auch immer wieder persönlich neue Partner in Ihre Frontline einschreiben und diese durch Geschäftspräsentationen in deren Wohnung rasch zum Wachsen bringen, werden es natürlich immer mehr Personen werden, die Ihr Sicherheitsnetz nutzen. Ein eigenes Hotel wollen Sie sicher nicht bauen, was also ist zu tun?

Nun wird es Zeit, den nächsten Schritt zur Entwicklung tüchtiger Führungskräfte zu tun. Sie suchen sich die Linie aus, die Ihnen Woche für Woche die meisten Leute ins Haus bringen - und werfen sie hinaus! Natürlich nicht so brutal und herzlos, sondern dadurch, daß sie dem Häuptling dieser Teilorganisation eine Alternative bieten. Sie erklären ihm oder ihr: *„Es gibt Neuigkeiten. Das Home-Meeting findet nächste Woche nicht am Donnerstag, sondern am Mittwoch statt - und rate einmal wo? Richtig, bei dir, mein Freund. Aber keine Angst, ich komme auch, und wir machen das erste Treffen zusammen. Aber ab nächster Woche betreibst du dein eigenes Home-Meeting und ziehst auch die Start-Präsentationen in den Häusern deiner neuen Partner durch.“*

Auf diese Weise wird Ihr eigenes Wohnzimmer wieder deutlich leerer, und Ihr eingearbeiteter Partner entwickelt sich zur Führungskraft. Er steuert nun sein eigenes kleines Meeting und betreibt sein Geschäft verantwortlich von seiner Wohnung aus. Sie selbst rekrutieren immer wieder selbst neue Partner, und schieben diese durch die ersten Treffen in deren Heim an, bis die Linie gesichert ist. Dann beginnen diese, selbst Gespräche zu führen, nutzen aber auch das Ange-

bot, Leute zu Ihrem Wochen-Meeting mitzubringen, und bald wird Ihr Wohnzimmer abermals zu voll. Und Sie werfen die nächste Gruppe hinaus. Mit der Zeit entstehen so immer mehr private Auftreffungen an den verschiedenen Orten. Durch Ihr Loslassen und das Übertragen von Verantwortung entwickeln Sie gezielt Führungskräfte. Das ist auch die Antwort auf die häufig gestellte Frage, warum denn das alles zu Hause stattfinden muß. Nur so lernen die einzelnen Verantwortung für ihre eigenes Geschäft zu übernehmen - wenn es in ihren eigenen vier Wänden stattfindet. Nur so funktioniert es, den anfangs beschriebenen sanften Druck auszuüben, auch tatsächlich Gäste einzuladen. In einem anonymen Hotel ist es leicht, einfach wegzubleiben - da fällt doch nicht auf, wenn jemand nicht erscheint, es kommen ja noch andere ...

Nur durch das Üben im kleinen privaten Rahmen können sich Sprecher entwickeln, die später auch die großen Seminare abhalten. Nur das Arbeiten im privaten Rahmen ist duplizierbar - ohne Hotelkosten, teure Mieten und das damit verbundene Risiko. Und nicht zuletzt - wird Network Marketing nicht schon immer als Home-based Business beschrieben?

Big picture

Der letzte Punkt in diesem geschlossenen System sind dann die großen Seminare und Schulungen, die in Hotels oder Gaststätten stattfinden. Hier treffen sich dann alle Teilnehmer und Teilgruppen aus den Home-Meetings zu gemeinsamen Veranstaltungen. Hier wird das große Bild gezeigt, und die einzelnen Gruppen treten miteinander in sportlichen Wettbewerb. Hier entstehen die großen Visionen und anspruchsvollen Ziele. Aber ohne die Kleinarbeit in den Wohnzimmern entsteht weder Gruppenidentität noch Selbstverantwortlichkeit. Das Home-Meeting ist die Keimzelle des Erfolgs, die Zellteilung sorgt für die Duplikation, die großen Treffen für die Explosion.

Zünden Sie sie!

Zusammenfassung

- Passives Einkommen ist das Endziel.
- Der dritte Bereich der Duplikation ist der wichtigste: Duplikation von Führung.
- Nur ein breiter Aufbau ermöglicht hohe Einkommen und sorgt für Stabilität.
- Die Zahl der Linien ist wichtig. Das Helfersyndrom gefährdet das Gesamtwachstum.
- Zum Starten nicht auf anonyme Hoteltreffen einladen und kommen lassen.
- Zum Starten dem neuen Partner „auf die Bude rücken“.
- Rekrutierungsm Meetings nicht mit derselben Person wiederholen - in die Tiefe arbeiten.
- Vornehmstes Ziel: Jeder lernt, sein eigenes Geschäft selbst zu erklären.
- Auffangnetz und Sicherheitsgurt: das wöchentliche Rekrutierungsm Meeting beim Sponsor.
- Zellteilung: das Home-Meeting duplizieren und dadurch Führungskräfte entwickeln.
- Big picture: Hotel-Meetings für das große Bild.