



# DISTRIBUTORENSCHULUNG

## MODUL 5

### DISTRIBUTOR BASICS

Jede Art von Unternehmertum, sei es in klassischen Geschäftsbereichen oder in modernen Formen wie Network Marketing, zeichnet eines aus: **Verantwortung übernehmen.**

Verantwortung übernehmen: das ist der Unterschied zwischen einem selbstständigen und einem unselbstständigen Menschen.

#### **1. Verantwortung übernehmen öffnet einen neuen Raum, einen Raum von Möglichkeit.**

Die Natur duldet kein Vakuum – sobald wir einen neuen Raum eröffnen, öffnet sich ein neue Dimension, ein neuer Schritt in unserer persönlichen Entwicklung, in unserer geschäftlichen Entwicklung. Wir können diesen Raum sofort füllen.

Immer wenn wir gedanklich und innerlich mehr Verantwortung übernehmen, eine neue Stufe in unserer Entwicklung gedanklich vorwegnehmen (persönliche Ziele, Umsatzziele...), tut sich dieser neue Raum auf, und wir können ihn füllen mit unserer Energie, unserer Aktivität, unseren Initiativen.

#### **2. Verantwortung für dein Umfeld übernehmen: “Der wichtigste Schlüssel, wenn du es im Leben schaffen willst: pass darauf auf, mit welchen Menschen du dich umgibst!”**

Es gibt Menschen, denen du helfen kannst, persönlich, beruflich, in allen Bereichen. Es gibt Menschen, die dir helfen, die deine dir wohlgesinnten Mentoren sind.

Es gibt aber leider auch Menschen, die dich zudecken mit “guten” Ratschlägen, während sie deine Aufmerksamkeit wollen, deine Zeit stehlen und dir nichts wirklich bringen, dich möglicherweise sogar von deinem Weg abbringen!

Für solche Parasiten und “Sauger” gilt es zu prüfen: was ist ihre Wirkung auf dich? Was lassen sie dich denken? Was lassen sie dich sagen? Wohin lassen sie dich gehen? Was lassen sie dich lesen, auf was lassen sie dich hören? Mit was beschäftigen sie dich und wieviel Zeit kostet dich das?

Und wenn es nicht hilfreich ist in Bezug auf das, wohin du gehen willst, dann wirst du einige Menschen hinter dir lassen müssen, wenn du vorwärts kommen willst!

### **3. Verantwortung übernehmen bedeutet die Leute, mit denen du arbeitest, zu unterstützen.**

Im Networking Jargon heisst es nicht umsonst "Sponsor" sein.

Wie lange unterstützt du deine Freunde, deine Partner? Immer, ein ganzes Leben lang.

Das artet aber nicht in Babysitten aus. Wenn der Vertriebspartner die Basics gelernt hat, wird ihm das Feld überlassen, es ist ja auch sein Geschäft, auch er ist ein unabhängiger Geschäftspartner und freier Unternehmer.

Grundsätzlich: *drei Monate* für Technisches, *ein Jahr* für Produktschulungen und Geschäftsschulungen und *immer* für darüber hinausgehende Themen, wie das Leben dieser Person selbst zu unterstützen.

**"Service to many leads to greatness!" - Jim Rohn**

Sei ein Mentor für die, die nach dir kommen! Verantwortung übernehmen bedeutet, Menschen zu unterstützen, zu inspirieren, zu lehren und zu führen, bis sie sich selbst führen können und andere zu führen beginnen!

**Wenn du mindestens so viel für die tust, die nach dir kommen, wie dein Mentor für dich tut, dann wird dein Erfolg unermesslich sein!**

*Nun ein paar praktische Ablaufsheets und Checklisten, weil es gilt, auch in den elementarsten Dingen die Verantwortung zu übernehmen. Wenn nämlich auch nur ein kleines Ding fehlt, z.B. eine Visitkarte, kann dies ein Geschäft erschweren. Und wenn viele kleine Dinge immer wieder fehlen, was gibt das in der Gesamtsumme?*

## **1. Ein echter Networker hat immer dabei:**

- ein strahlendes Lächeln und makellose Erfolgsgedanken
- Schreibsachen (Füller, Kugelschreiber) und Papier
- eine aussagekräftige Visitenkarte
- 3 Öle (z.B. Zitrone, Pfefferminze, Joy)
- Ein Grundlagenbuch über Network Marketing (zum Verleihen)

Ein echter Networker sammelt weiters immer Visitenkarten – diese stellen ein enormes Potential dar – Ziel ist es, sich eine Sammlung von mindestens 2000 Visitenkarten, und diese in Visitenkartenalben zu organisieren.

**Kontakte sind die Grundlage der Arbeit jedes Networkers.**

## 2. AblaufsHEET Telefonarbeit

**Telefonate sind das Lebensblut, das wichtigste Arbeitsinstrument eines Networkers.**

Es gibt Networker, die fast ihre ganze Organisation - eine internationale Organisation von 50.000+ Vertriebspartnern - mit dem Telefon aufgebaut haben und zu Millionären wurden.

### **Erste Schritte:**

**Flatrate für alle Netze anschaffen** (so hat man auch nicht die unterbewußte Entschuldigung, daß man Geld sparen muß und deshalb aus Sparsamkeitsgründen viele Anrufe unterläßt)

**Festnetztelefon für zuhause anschaffen**

**Headset anschaffen, sodaß das Gehirn nicht gegrillt wird**

**Mindestens eine Stunde am Tag telefonieren**

**Vor dem Anruf: tief durchatmen, sich entspannen, in eine perfekte Stimmung gehen**

**Lächeln während man spricht – man hört dies am anderen Ende der Leitung**

**Stehend telefonieren – zumindest am Anfang des Telefonats. Dies gibt Überzeugungs- und Durchschlagskraft, Dynamik und “Steherqualitäten”.**

## Strategie und Frequenz für Telefonarbeit

### **A Kaltkontakte:**

Kaltkontakte sind solche Personen, die wir noch nicht kennen. Sie können durch den Erstkontakt zum Lauwarmkontakt oder Warmkontakt werden – oder aber ein Kaltkontakt bleiben, dann kontaktiert man sie nach einem halben Jahr wieder.

### **Frequenz pro Tag:**

**1 Stunde pro Tag (fünf Tage die Woche) telefonieren ergibt**

**10 bis 20 Kontakte pro Tag und**

**50 bis 100 Neukontakte in der Woche (diese bringen ca. 2 bis 10 persönliche Treffen)**

**Hochgerechnet sind das 200 bis 400 Neukontakte pro Monat und 1200 bis 2400 pro Halbjahr (bringt bei guten Verwertern bis zu 250 Treffen/persönliche Präsentationen in einem halben Jahr, sogar bei schwächeren Verwertern bis zu 50 persönliche Treffen, da wächst in jedem Fall die Downline ;-)**

**Nach einem halben Jahr wieder die ganze Liste durchtelefonieren (außer denen, die zu Lauwarmkontakten/Warmkontakten wurden, für diese siehe unter B und C), man ist dann schon nicht mehr ganz unbekannt, wenn man anruft (“Erinnern sie sich an mich, wir sprachen doch vor einem halben Jahr miteinander...!”) - erstaunlicherweise haben die Menschen nach einem halben Jahr meist eine positive Erinnerung und man kann oft besser anknüpfen als beim Erstkontakt.**

Natürlich geht man auch immer weitere Personengruppen/Berufsgruppen an, sodaß die Tätigkeit unter A nicht allein darin besteht, jedes Jahr immer diesselbe Liste abzutelefonieren.

### **Professionals aus allen nahegelegenen Berufsbereichen anrufen:**

**1. Networker (um die Struktur aufzubauen! Strategische Positionen!) Networker finden oder geeignete Personen zu Networkern ausbilden!**

**2. (um die Struktur aufzufüllen!):** Aromatherapeuten, Phytotherapeuten, Masseur, Reiki Practitioner, Heilpraktiker, Ärzte, Naturheilkundige, Ernährungsberater, Gesundheitsberater; Coaches; Mental Trainer; Kunsttherapeuten, Tanz- und Ausdruckstherapeuten, Kinder- und Familientherapeuten, Traumatherapeuten, Ayurveda-(Massage)-Therapeuten, Qi Gong Lehrer, Tai Chi Lehrer, Kampfsportschulen, Shiatsu-Praktiker, ganzheitliche Bewegungstherapeuten, Entspannungstherapeuten;

Esoterikläden; Yogastudios, Yogaschulen, Sport- und Wellnesseinrichtungen; Thermen, Bäder, Saunen; Solarien; Selbsthilfegruppen (Asthmatiker; Diabetiker; Rheumatiker; Burnoutler; Club der 100-jährigen etc.); Kindergärten, Elternvereine, Eltern-Kindvereine, Kindertagesstätten; Altersheime; Pflegeheime; Hospizen; Gesundheitsabteilungen bzw. "Business Health Coaches" von grossen Firmen (Firmen mit über 500 Mitarbeitern haben meistens Gesundheitsbeauftragte, Sport- und Wellnesseinrichtungen für ihre Mitarbeiter – grosse Multiplikationseffekte möglich!!!)

**3. Lions Club, Rotary Club, andere Clubs wie Golfclubs, Eventcafés etc.** suchen immer wieder nach Fremdvortragenden mit neuen, ausgefallenen, aktuellen Themen => **Zugang zu einer reichen Klientel**

**Listen anfertigen (Verzeichnisse googeln), dann telefonieren. Auf Querverweise achten!**

**Wichtig: nur beruflich Tätige darf man anrufen** (natürlich, dezent und freundlich und unaufdringlich, Privatpersonen darf man nicht aus heiterem Himmel anrufen, ist Ruhestörung)

**Wichtig: mit jedem Telefonat lernt man, mit jedem Telefonat wird man besser und natürlicher!**

### **B Lauwarmkontakte:**

Lauwarmkontakte sind solche Personen, die wir schon kennen – von Messen, Vorträgen oder persönlichen kurzen Begegnungen - aber es sind schon mehr als zwei Wochen seither verstrichen - aus alten Listen (z.B. jene Kontakte, die bereits Infobriefe oder sonstige Zusendungen bekommen haben) – diese Kontakte wurden aber nie weiter vertieft oder konkretisiert. Die Aufgabe bei dieser zweiten Gruppe von Kontakten ist es, eine Vertrauensbasis herzustellen, sich "aneinander zu gewöhnen" (siehe "Der Kleine Prinz" und wie dieser den Fuchs zähmt)

### **Frequenz pro Woche:**

- **15 E-Mails pro Woche schreiben.** Aus diesen ergeben sich
- **5 Direkttelefonate.** Aus diesen persönlichen Telefonaten folgen
- **3 persönliche Treffen.** Beim dem besten dieser Treffen
- **1 Geschenk machen.**

### **C Warmkontakte:**

Warmkontakte sind solche Personen, die wir schon gut kennen – z.B. eingeschriebene Geschäftspartner, andere Professionals, mit denen wir immer wieder zu tun haben, Freunde, Bekannte, Familie, die an den Produkten Interesse haben und schon bestellt haben.

### **Frequenz pro Monat:**

**2 bis 3 Telefonate pro Monat** (jedoch nicht zuviel - nicht aufdringlich sein)

Ein Fehler wäre es, nur einmal im Monat, immer "zufällig" zum Bestellzeitpunkt anzurufen ("Ach übrigens, was willst du den diesen Monat bestellen?").

Also außer dem Telefonat vor dem Bestellzeitpunkt noch ein oder zwei weitere Telefonate, wo auch mal über nichts Geschäftliches gesprochen wird, oder nachgefragt wird, wie dieses oder jenes Produkt wirkte.

### **D Aktive Partner:**

Aktive Partner sind jene Personen, die wir als aktive Teammitglieder betrachten können und die selbst aktiv am Bau ihrer Downline beschäftigt sind.

### **Frequenz:**

**Einmal bis mehrmals pro Woche telefonieren, je nach Erfordernis, Aktivitätsgrad und Personentyp des aktiven Partners. Im Idealfall telefonieren wir mit bestimmten aktiven Partnern täglich (täglich mehrmals), da wir eng koordiniert arbeiten, uns gegenseitig**

**motivieren und ergänzen und sehr viel Freude und Enthusiasmus bei der gemeinsamen Arbeit haben.**

Diese Telefonate sind in der Mehrheit Koordinierungs- und Planungstelefonate, aber auch hier sollte man es nicht unterlassen, mindestens einmal im Monat ein nicht-Geschäftliches, persönliches Telefonat zu führen – es gilt auch hier, die Vertrauensbasis ständig zu stärken, Mißverständnisse auszuräumen und einfach gute Freunde sein – was eine wahre Kunst ist

### **Gesamtzeitaufwand für Telefon/E-mailarbeit:**

**2 Stunden pro Tag; 10 Stunden pro Woche.**

Werden diese zehn Stunden wirklich investiert, gibt es massive Fortschritte im Geschäftsaufbau – man wird besser und besser in der Telefonarbeit und man hat mehr und mehr Freude, weil man die Königsdisziplin des Telefonierens zu meistern beginnt.

### **Wichtige Elemente eines Telefonates**

**Nach einem Telefonat immer Kurzanalyse** (bzw. Aufnahme des Telefonats anhören um sich selbst zu analysieren) bezüglich folgender Kriterien:

- Wie war die Freundlichkeit in meiner Stimme?
- Habe ich den Gesprächspartner mit dem Namen angesprochen?
- Habe ich den anderen ausreden lassen?
- Habe ich gute, konstruktive Fragen gestellt?
- Ist es mir gelungen, etwas über die andere Person zu erfahren?
- War meine "telefonische Visitenkarte" wirksam und energievoll?
- Ist es mir gelungen, eine gute Atmosphäre aufzubauen?
- Habe ich meine Worte einfach und positiv formuliert?
- Habe ich einen Termin vereinbart?
- Wenn nein, habe ich einen weiteren Telefontermin vereinbart?
- Wie habe ich den Termin abgesichert (Rückruf?) ?
- Habe ich mir Notizen gemacht?
- Was ist mir bei diesem Telefonat besonders gut gelungen?
- Was könnte ich beim nächsten Mal besser machen?

### **Kontaktdatei aufbauen und pflegen!**

**Bei einer steigenden Anzahl an Kontakten/Telefonkontakten ist es unverzichtbar, sich mittels Anruflisten oder Telefon-/Kontaktkartei Details bezüglich der kontaktierten Personen zu notieren, komplett mit Grundinfos über die Person sowie Datum der Kontaktnahmen.**

**Wer eine Kontaktdatei von 2000 Kontakten aufgebaut und gepflegt hat, hat für alle Zeiten ausgesorgt, da selbst bei Änderung des Geschäftsfeldes immer genug Kontakte vorhanden sind, um neu anzuknüpfen und neue Querverbindungen und Neukontakte aus bestehenden Kontakten zu gewinnen. Dies ist pures Networking auf menschlicher Ebene.**

### 3. AblaufsHEET Persönlicher Termin

#### 1. Termin vereinbaren, Begrüßung und Thema des Treffens

- Termin vereinbaren siehe Telefonarbeit; Termin kann natürlich auch persönlich vereinbart werden, z.B. ein Folgetreffen
- Begrüßung, dann kurz Thema/Sinn/Zielsetzung des Treffens definieren und zu Beginn des Treffens ansprechen – dies kann ein Erstpräsentation der Produkte sein, ein Folgetermin mit weiteren Anwendungsmöglichkeiten der Produkte, eine Geschäftspräsentation, eine Einschulung in das virtuelle Online-Büro, eine Vorstellung des Geschäftsplans/Marketingplans oder ein Strategiegespräch

#### 2. Menschliches ins-Gespräch-Kommen durch Fragetechnik

- Nach der Begrüßung und Thematisierung des Zusammentreffens dem anderen Raum geben. Frage nach seinem Befinden, seinem Beruf, seiner Familie, seiner Gesundheit, seinen Träumen!
- Erzählen lassen
- Zuhören
- Kurze Zwischenfragen \*) stellen
- Zuhören
- Zuhören !
- Zuhören!! Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.
- Zuhören!!!

Networker, die ständig weiter reden, ihre Zahlen und Fakten mechanisch herunterrattern ohne Rücksichtnahme auf den Menschen, den sie vor sich haben, und der ja die Hauptperson

des Treffens ist, sind Networker, die nicht weiterkommen.

Selbstverliebte Dauerredner begeistern meist nur sich selbst, langweilen bis nerven den Interessenten (=Hauptperson) und können

1. meist keine nachhaltige menschliche Beziehung aufbauen
2. der Hauptperson nicht vermitteln, worum es wirklich geht und den Interessenten dafür begeistern (sie „über-reden“ stattdessen oder, schlimmer noch, reden den Interessenten „in Grund und Boden“)
3. die Geschäftsidee/den Marketingplan/den Gebrauch des virtuellen Büros nicht wirksam erklären, da sie, mitgerissen von der Wucht ihres eigenen Redeflusses, nie zu den wirklich geschäftswichtigen Fakten kommen und diese nie adäquat vermitteln können.

- \*) Zwischenfragen: “Was suchen Sie genau?” “Was sind Ihre Ziele?” “Gefällt Ihnen das? Können Sie dabei Freude und Sinn empfinden?” „Wollen Sie etwas weitergeben, was auch anderen Menschen wirklich hilft?“

### **3. Abschließen**

- Mit jedem Nicken und Lächeln des Gesprächspartners bist du dem Abschluß ein wenig näher gekommen – zum Schluß kommt das Closing.  
“Wollen wir jetzt gemeinsam starten?” “Sind Sie dabei?” „Wollen Sie Ihre ersten Produkte schon in vier Tagen bekommen oder erst in zwei Wochen?“

#### **DIE FORMEL FÜR DAS PERFEKTE EINZELGESPRÄCH IST EINFACH:**

- 1. BEGRÜSSEN**
- 2. ZUHÖREN**
- 3. QUALIFIZIEREN**
- 4. PRÄSENTIEREN**
- 5. ABSCHLIESSEN**

## **4. AblaufsHEET Persönliche Präsentation/Öleabend**

### **1. Die Begrüßung – Dank an den Gastgeber/die Dame des Hauses**

### **2. “Magic Words” zur Einleitung** (siehe Modul 6 “Die richtige Sprache”)

### **3. Die drei wichtigsten Punkte zum Start der Präsentation** (siehe Modul 6 “Die richtige Sprache”)

Viele Studien und Umfragen über erfolgreiche Network Marketer und ihre Interessenten zeigen: drei Punkte sind besonders wichtig, speziell im Bereich Nahrungszusatzmittel, Naturkosmetik und anderen Gesundheitsprodukten.

- 1) ist das Nahrungszusatzmittel/Gesundheitsprodukt sicher?
- 2) wird das Nahrungszusatzmittel/Produkt gut absorbiert/resorbiert?
- 3) gibt es bewiesene Gesundheitsvorteile durch die Verwendung dieses Produktes?

### **4. Der fachliche Hauptteil**

1. “Tägliche Öle” oder
2. „Essential 7“ oder
3. „Thieves Autoship“ (zusammen mit Umweltgifte/Chemikalien) oder
4. „ART Autoship/Essential Beauty Serum, Sandelholzcreme, Wolfsbeeren-Augencreme“ (zusammen mit Umweltgifte/Chemikalien) oder
5. „Leberreinigung/Darmreinigung bzw. die 5-Tages Reinigung“ (zusammen mit Wissen über Entschlackung und Reinigung von Toxinen – Anwendung von Nahrungsergänzungsmitteln und Gesundheitstipps)

### **5. Der Praxisteil**

**Produktanwendung, Produktverkostung – kann im Wechsel mit Hauptteil erfolgen.**

### **6. Fragen der Teilnehmer**

Achtsames und geduldiges Zuhören, freundliches und aufmerksames Beantworten der Anliegen und Fragen.

### **7. Die Verabschiedung – Dank an die Teilnehmer, Dank an den Gastgeber**

### **8. Der “Small Talk” danach – der eigentliche Hauptteil!**

**Mindestens 30 Minuten einplanen! Dies ist der wichtigste Teil des Abends, da hier Abschlüsse**

**gemacht werden und Folgetermine vereinbart werden!!! Dieser small talk ist eigentlich der big talk, um den es geht, in dem das Geschäft stattfindet.**

### **9. Nachbearbeiten vor Ort**

Zum Beispiel Folgetermine besprechen, Einschreiben von Neudistributoren vor Ort, kurze Einführung ins virtuelle Büro: “Wie bestelle ich richtig?”

## 5. AblaufsHEET Betreuung Neudistributor

### 1. Die ersten 3 Tage

- 1. Tag:** Weitere Unterlagen per E-mail (am Tag nach Einschreibung) oder per Postsendung (noch am selben Tag) zusenden. Ein Zeichen der Aufmerksamkeit, der Energiepegel bleibt hoch. Die Erwartung steigt.
- 2. Tag:** Kurzer Anruf "Wie gehts?" "Haben Sie meine E-mail bekommen?"
- 3. Tag:** An diesem Tag sollte idealerweise das zweite Treffen mit dem Interessenten stattfinden.  
Wenn noch nicht vereinbart, jetzt telefonisch Zweittermin vereinbaren. Wenn vereinbart, nochmals zur Bestätigung anrufen.

***Diese ersten drei Tage sind sehr wichtig, da ein Vertrauensverhältnis/persönliches Verhältnis jetzt entsteht. Nicht aufdringlich, sondern freundlich – doch wer regelmäßige Kontaktnahme in der Beginnphase unterläßt, vergibt die goldene Gelegenheit, ein lebendiges, freundschaftliches Verhältnis aufzubauen. Dies ist zwar auch noch später möglich, doch der Anfang der Beziehung zeigt meist den weiteren Verlauf der Beziehung an – „the morning makes the day!“ Wenn jetzt schon Enthusiasmus strömt wirkt sich dies sehr günstig aus auf alles was folgen mag.***

Siehe dazu auch „Der kleine Prinz“ und wie der kleine Prinz den Fuchs „zähmt“. Viele Menschen glauben, diese Vorgehensweise sei zu aufdringlich – ausprobieren und staunen! It pays dividends!

Der Schlüssel dieses Vorgehens: der Anrufgrund ist nie direkt auf das Geschäftliche ausgerichtet, sondern auf das Menschliche. Miteinander vertraut werden, die Beziehung aufbauen..... Das Geschäftliche nie thematisieren, wenn überhaupt am Rande streifen.

### 2. Telefonischer Anruf des Neudistributors nach 4 bis 5 Tagen

(wenn die erste Lieferung voraussichtlich eingetroffen ist):

“Sind die Produkte schon eingetroffen?” -

“Wie gefälltts?” -

“Wie zufrieden damit?” -

“Gibts Probleme damit?” -

“Haben Sie schon Anwendung der Produkte ausprobiert?” “Kann ich Ihnen sonst irgendwie behilflich sein?” “Haben Sie andere Fragen?”

### 3. Das zweite Treffen

**Der Zweittermin kann irgendwo zwischen dem 3.Tag nach dem Einschreiben als Distributor bis zwei Wochen danach** (nicht später!!!) liegen. Ziel dieses Treffens ist es, das virtuelle Büro und den Bestellvorgang exakt zu erklären, die ersten Öle/Nahrungsergänzungsmittel und ihre Anwendung praktisch zu erklären (sobald die Erstlieferung schon angekommen ist) sowie für weitere Fragen des Neudistributors einfach zur Verfügung zu stehen.

Am Zweittermin wird auch die Distributorenmappe ausgehändigt mit der Bitte, diese zu studieren – sie ist dann die Grundlage für den Dritttermin, der etwa 14 Tage später stattfinden sollte.

## 4. Die Sponsorenmappe/Das Start Living Kit

Die Sponsorenmappe ist ein erstes Informationsinstrument in schriftlicher Form, welche der Neudistributor von seinem Sponsor in Form eines Folders ausgehändigt bekommt, als Willkommen in die Welt von Young Living.

Die Sponsorenmappe kann die Form des Start Living Kits annehmen, in dem eine Sammlung von DVDs, schriftlichen Unterlagen und Warenproben enthalten ist.

In der Sponsormappe sollte in jedem Fall folgende Materialien enthalten sein:

- Ein/mehrere Prospekte: "Öle zur täglichen Anwendung"; "Der Gebrauch von ätherischen Ölen"; "Essential 7"; „Die NingXia Wolfsbeere. Diese Prospekte gibt es günstig bei Young Living zu bestellen, man bekommt ein Paket von 25 Stück um weniger als 4,-€
- Die Preisliste für Endkunden/Einzelhandelspreise sowie die Preisliste für Distributoren/Grosshandelspreise.
- Der Young Living Vergütungsplan
- Der visuelle Kompensationsplan

## 5. Das dritte Treffen

Die Aufgabe für den Neudistributor war es, sich mit den Materialien der Distributorenmappe vertraut zu machen.

**Beim dritten Treffen (nach etwa 14 Tagen – also etwa nach spätestens einem Monat) werden diese Materialien besprochen – basierend auf den Rückfragen des Neudistributors, der nun zwei Wochen Zeit hatte, sich damit vertraut zu machen, sieht man nun schon die Ernsthaftigkeit der Person bzw. den Wissensstand. Inwieweit die Person "richtig" einsteigen möchte wird nun auch erkennbar.**

**Es gibt nun zwei Möglichkeiten: der neue Distributor will zunächst einmal nur Produkte bestellen zu den günstigeren Grosshandelspreisen. Oder aber er/sie will auch die Geschäftschance wahrnehmen.**

In beiden Fällen ist es unsere Aufgabe, der Person mit voller Unterstützung zur Verfügung zu stehen.

**Sollte der Neudistributor schon gerne eine Präsentation für Freunde/Bekannte machen, solltest du in jedem Fall anbieten, bei diesem Termin mit dabei zu sein – gegebenenfalls auch die Führung der Präsentation zu übernehmen.**

**Auch bei einer zweiten persönlichen Präsentation des Neudistributors solltest du dabei sein – dieses Mal sollte jedoch der neue Distributor die Führung des Treffens übernehmen, und du stehst nur "für den Notfall" zur Verfügung.**

Auf diese Weise wird die Person praktisch in die Welt des Networkens eingeführt. Regelmäßige Vorträge, Seminare und Trainings stehen dem Neudistributor und seinen Interessenten nun ebenfalls zur Verfügung, und er kann in dem von ihm gewünschten Tempo in die Sache hineinwachsen.

## 6. Das Geschenk von vier Cds/DVDs während der ersten vier Wochen

Diese CDs bzw. DVDs geben wir dem Neudistributor in den ersten vier Wochen als Geschenk, am besten in der Frequenz eine Disk pro Woche. (kann auch als USB-Stick weitergegeben werden). Die Übergabe kann persönlich erfolgen (z.B. beim Zweitermin und Drittermin) oder per Post.

### I. CD Network Marketing – Einführung (Audiobooks):

1. **Brian Tracy: “Die Antwort”**
2. **MLM-Training: “Das Geschäft boomt”**
3. für Damen: **Tom Peters “Eine Welt voller Möglichkeiten”**  
für Herren: **Tim Sales “Brilliant Einkommensmöglichkeit”**
4. **Karl Pils: “Die Natur – das Vorbild von Network Marketing”**
5. **Robert Kiyosaki: “Network Marketing”**

### II. Die Young Living DVD

1. **From Seed to Abundance,**
2. **From Seed to Seal**
3. **Raindrop Technique**

### III. CD Network Marketing – Vertiefung (Audiobooks):

1. **Jim Rohn: “Wie Sie Ihr Network Marketing Geschäft aufbauen”**
2. **David Bach: “Wie Sie clever zu Reichtum gelangen – ihre ersten Schritte zur finanziellen Unabhängigkeit”**
3. **Tom Schreiter: “Eisbrecher”**
4. **Tom Schreiter: “Knacken Sie den Farbcode – lernen Sie die Geheimsprache neuer Interessenten”**
5. **John Milton Fogg: “The Greatest Networker in the World”**
6. **Kathy Denison: “Insiders: making your dreams come true”**
7. **Roland Arndt: “222 Impulse für erfolgreiches Networking”**

### IV. Je nach Persönlichkeit des Neudistributors können auch die folgenden zwei Filme weitergegeben werden:

1. Spielfilm **“Das Glücksprinzip”**
2. Dokumentation: **“Uderkastelsen”**

## 7. Das Strategiegelgespräch:

**Wann** ist der Moment gekommen, ein **Strategiegelgespräch** zu führen?

Das hängt vom einzelnen Neudistributor ab: es gibt Menschen, die ins Network Marketing wegen der Geschäftsidee kommen und sofort loslegen wollen. Andere wiederum kommen wegen der ausgezeichneten Produkte und werden erst nach Wochen, wenn nicht Monaten, sogar erst nach einem halben Jahr, ganzen Jahr oder zwei Jahren Interesse an der geschäftlichen Seite gewinnen.

Das Strategiegelgespräch sollte somit frühestens nach einem bis zwei Monaten, spätestens wann immer die Person in den geschäftlichen Teil einsteigen möchte. Falls dies nicht der Fall ist, findet das Strategiegelgespräch nicht statt.

**Es geht im Strategiegelgespräch primär darum, Ziele mit dem Neudistributor zu setzen:** ohne Ziele keine Richtung, kein Weg. Der Zielfokus bestimmt, wohin die Energie geht.

- **kurzfristig:** was (wieviel Auszahlungen/welche Position) will der Neudistributor **in den ersten 90 Tagen** erreichen?
- **mittelfristig:** welche Auszahlungen/welche Position will der Distributor in einem halben/in einem/in zwei Jahren erreichen?
- **langfristig:** welches Einkommen will ich/der Neudistributor nach 3 Jahren? 5.000€ im Monat? 10.000€ im Monat? Wann will der Neudistributor vom passiven Einkommen leben können? Nach 5 Jahren? Nach 7 Jahren? Nach 10 Jahren?  
Wieviel Geld braucht er/sie dazu bei einer Verzinsung von beispielsweise 5% p.a.? (z.B.: für 4.000€ im Monat rund 1.000.00€ bei 5% Verzinsung p.a.)

**Was ist der grösste Traum in meinem Leben** – wann will ich ihn mir erfüllen können?

***Hat dich deine Upline schon gefragt, was deine Ziele sind? Hast du deine Downline schon gefragt, was ihre Ziele sind? Ziele bestimmen die Richtung in unserem Leben. Haben wir keine Ziele, haben wir keine Richtung, keinen Weg.***

## 6. AblaufsHEET: Organisation Vorträge

### 1. Budget erstellen:

- **Was darf der Raum kosten? Druckkosten der Flyer/Posters?**
- **Welcher Eintrittspreis** wird daher verlangt (5€, 7€, 10€)?
- **Rechnung immer auf den Namen ausstellen lassen, der dann auch bezahlt!** (wichtig wegen Buchhaltung)

### 2. sofort nach Raumanmietung **die Veranstaltung auf die OETQ Website** stellen

### 3. **auf den Veranstaltungskalender** im KGS und anderen **Zeitungen** melden, und auf etwaige Online-Veranstaltungskalender geben – oft hat der Vortragsplace selbst einen Veranstaltungskalender!; **Redaktionsschluss beachten**

### 4. **spätestens 4 Wochen vorher Poster in Druckauftrag geben**

(bei flyeralarm.de oder print24.de);

**spätestens 3 Wochen vorher Poster kopieren** (lassen)

### 5. **spätestens 3 Wochen vorher Flyer** zu verteilen beginnen.

### 6. **spätestens 2 Wochen vorher postern**

### 7. **1 Woche vor dem Vortrag E-mail Aussendungen**

### 8. **3-4 Tage vor dem Vortrag bereits bekannte Personen persönlich anrufen:**

“Bei der Aussendung der Mails ist mir Ihr Name aufgefallen, wir haben uns doch schon gesehen (Vortrag/Messe/Stand etc), wie geht’s? wollte Haben Sie Zeit zum Vortrag zu kommen?”

Dabei können verschiedene Situationen eintreten:

- 1.) “Was, Sie schon wieder! Lassen Sie mich endlich in Ruhe, nehmen Sie mich aus dem Verteiler!” In diesem Falle freundlich bleiben:”Kein Problem, wir nehmen Sie aus dem Verteiler, alles Gute auch weiterhin!”
- 2.) “Ja hallo, schön Sie zu hören, ich freue mich schon auf den Vortrag!” Darauf lächelnd sagen:”Ja, es wird wieder ein sehr schöner, faszinierender Vortragsabend, kommen Sie - und wenn Sie wollen – bringen Sie Freunde mit!”  
“Ja, schön daß Sie anrufen, aber ich kann leider nicht kommen, gerade an dem Tag habe ich etwas anderes!” Darauf das Angebot machen:”Och, das ist ja schade! Aber wenn Sie wollen, kann ich für Sie ausnahmsweise einen kleinen Privatvortrag machen, ich habe noch ein paar zeitliche Freiräume – da könnten Sie gerne auch noch Ihre Freunde oder Bekannte einladen” Reaktion abwarten. Nach der Reaktion, falls ja:”Wäre Ihnen Montag abend oder Dienstag abend nächster Woche recht?”

Wie man aus diesem Protokoll sieht, kann aus so einem Telefonkontakt ein regelrechte Chance auf eine Privatpräsentation entstehen, dies ist vielfach noch ergiebiger als ein Vortrag. Network Marketing ist ein Couchgeschäft mit Tee und Keksen oder Kaffee und Kuchen, da machen die Leute viel mehr auf!

### 9. **Vortrag selbst** (siehe **Checkliste Vortrag**)

- ### 10. **Nachbearbeitung:**
- Adressliste antelefonieren, an Gespräch am Vortrag selbst anknüpfen;
  - an Kurse oder Visionsreise erinnern oder darauf aufmerksam machen, daß die Veranstaltungen stattfinden;
  - Privatpräsentationen anbieten;
  - falls Person ein Öl am Vortrag gekauft hat (notieren auf Adressliste!), fragen, wie die Arbeit mit dem Öl sich anfühlt;
  - Einschreiben als Neudistributor

# Checkliste Vortrag

## Ausschilderung

an der Strasse, an der Tür, mit Hinweisen wo es hinget  
am Zugang zum Vortragsraum selbst  
eine Person an der Strasse, die den Weg weist und eine Person am eigentlichen Eingang, die willkommen heisst.

## Vortragender

- Tisch oder Pult, Stuhl, Wasser
- ggf. Beamer;
- Diffuser aufstellen
- Papiersorten (zum Austeilen):
  1. *“Was sind ätherische Öle therapeutischer Qualität?”*
  2. *“Bestellblatt Sonderangebot”* (das kann je nach Vortragsthema das Sonderangebot “Essential 7”, “Everday Oils”, “Feelings-Set” oder “Bibel-Öle” sein)
  3. *Adressliste zum Einschreiben* für Teilnahme an Infobriefen, Praxisgruppen (Visionsreise/Emotionale Klärung/18 Anwendungsmethoden), persönliche Präsentationen und Schulungen (RT, ET)
  4. *Visitkarte!* (duftend nach Öl!!!)

## Verkaufstisch

- Verkaufssäle, Öl-Tester;
  - Verkaufslisten
  - andere YL-Produkte (speziell NingXia Wolfsbeeren)
  - Nature´s Breath, Nature´s Energy Produkte
  - Bücher
  - Papiersorten: Prospekte; sowie obige drei Papiersorten (für später Kommende)
  - Wasserbar
  - Kasse mit Wechselgeld
  - freundliches Lächeln
- idealerweise zwei bis drei Personen, die am Tisch unaufdringlich und freundlich betreuen.

## 7. AblaufsHEET Organisation Messen:

1. **Vor der Messe E-mails an den Verteiler** der jeweiligen Stadt schicken, **Freikarten/vergünstigte Eintrittskarten anbieten**
2. **auf der Messe Privatpräsentationen anbieten; Öle notieren**, die Kunden kaufen (wichtig, weil dann in der Nachbearbeitung fragen kann, wie das Öl wirkt).
3. **Nachbearbeitung Messe: in den ersten 2 Wochen nach Messe sind die Kontakte noch warm.**  
Leute anrufen, an den kommenden Vortrag erinnern, Privatpräsentationen anbieten
4. **ca. 2 Wochen nach der Messe: Vortrag**
5. **Nachbearbeitung Vortrag:** Adressliste; Kurse; Visionsreise; Telefonate; Privatpräsentationen; Einschreiben von Neudistributoren

## **Checkliste für Aufbau und Betreuung eines Young Living Messestandes 4m<sup>2</sup>:**

### Materialien Standaufbau:

- 1 Tisch ca. 70x140cm oder 90x 160cm Fläche
- 1 Tisch ca. 70x70 cm Fläche (optional)
- 2 runde Stehtische ca Ø60cm (optional, für Fernseher etc.)
- 2 Klappstühle
- 1 Banner
- Tischdecken für die Tische(wichtig auch zum Zudecken der Ware über Nacht)
- Evtl. eine kleinen Beistelltisch (für Kasse und Zubehör)
- Checken ob es Trennwände gibt (auch zum Aufhängen des Banners) evtl. Paravents besorgen

### Zubehör:

- Schere,
- Stifte,
- Paketschnur, Tesa,
- Pinnadeln
- Schreibblock
- Taschenrechner,
- kleine Klebetiketten (um die Flaschen der Wasserbar sowie Produkte mit Namen zu versehen)
- Eine Kasse mit Wechselgeld (dokumentieren wie viel Anfangsbestand!)
- Laptop mit Internet, um Interessenten gleich einschreiben zu können (Webstick ausleihen)
- Wasser und Plastikbecher für die Wasserbar
- Wasserkrüge für die Wasserbar
- Müllbeutel und Mülleimer
- Wasser für den Diffuser
- Bücher zum Thema: Desk Reference, Bibelöle, Ningxia Red
- Fernseher und DVD Player (optional)
- Verlängerungskabel und Steckdosenleisten

### Werbematerialien von Young Living:

- Essential 7,
- Daily Oils,
- Ningxia Red Broschüren,
- Produktkataloge,
- leere Fläschchen 2ml (um Proben zu verkaufen),
- Ölfläschchen Aufkleber,
- Probepäckchen Ningxia Red,

YL Taschen  
Werbe CD (from Seed to Abundance) im Start Living Kit  
Slique Info  
Vergütungsplan 2013

### **Für die Messe mitbringen oder ausdrucken:**

- **alle OETQ Papiersorten** (50- 100 Stück)
- **Preislisten** YL Einzel und Grosshandel (mindestens 30 Stück)
- **Produktkatalog Young Living** (hervorragend für tiefer Interessierte!!) (mindestens 10 Stück)
- **Liste für E-mail Kontakte** (Infobriefe, Praxisgruppen, persönliche Präsentationen)
- **Flyer** zu Messevorträgen/Abendseminaren/nachfolgenden Öleabenden
- **Verkaufliste zur Abrechnung des Messestandes**
- Produktinformationsseiten (optional)
- (Preisschilder zum Aufstellen) (optional)

### **Visitenkarten und/oder Aufkleber:**

es sollten von allen am Stand anwesenden Personen Visitenkarten (und Aufkleber) vorhanden sein, damit der Kontakt sich gleich an die richtige Person wendet, gleiches gilt für die E-mail Liste!!!

Es kann auch ein Stempel benutzt werden, allerdings sollte man auf Aufkleber (Etiketten z.B Staples oder Zweckform) stempeln, da die Stempel auf den Broschüren verwischen.

Evtl. Aufkleber und Visitenkarten erst nach erfolgtem Gespräch auf die Materialien kleben. Infomaterial nicht wie Flyer verteilen – nur im Verlauf eines guten Gesprächs immer noch eine Unterlage nachreichen, macht sich gut!

Es gibt immer Menschen auf Messen die nur möglichst viele Broschüren mitnehmen wollen, diese dann nie lesen und wegwerfen!

### **Produkte zum Präsentieren:**

- Diffuser
- Everyday Oils
- Essential 7,
- Slique Experience
- Golden Touch Set,
- Raindrop Technique
- Feelings Set
- BibelÖle Set
- Ningxia Red Flasche ,
- Wolfsbeeren 453g Pack,
- Einzelöle zum testen. (evtl. aus anderen Städten zusammen leihen.)
- Wasserkrüge für ätherischer Öle Wassermischung (Zitrone, Mandarine, Orange, Copaiba)  
dafür auch Wasser und Plastikbecher besorgen.
- Eine Glasschale für die Wolfsbeeren
- Für alle Produkte Preisschilder mit Einzel und Großhandelspreisen

### **Zum Verkaufen:**

15ml der beliebtesten Öle, damit 2ml abgefüllt werden können (z.B. Valor, Lavendel, Purification, Zitrone, Thieves,...)

auch Daily Oils Kits, dann die Öle einzeln verkaufen.

### **Grundsätzliches Zum Verkaufen:**

Unbedingt alle Produkte mit kleinen Etiketten, auf welchen das Kürzel des Eigentümers draufsteht, versehen, dann kann beim **Verkaufen in der Liste vermerkt werden, wem das Öl gehörte!**

**In der Mappe als Vorlage (sodaß nach Bedarf nachkopiert werden kann!) bzw als Files im**

**Laptop:**

Was sind ätherische Öle therapeutischer Qualität?

Preislisten Einzel und Großhandel

Preisschilder zum Aufstellen (.PDF und .doc)

Verkaufsliste (.pdf)

Newsletterliste (.pdf)

# MESSEORDNUNG

## 5 Ordnungen auf einer Messe

### 1.) Ordnung in der Messenvorbereitung:

**Organisation der Räume für Seminare am Abend in der Messestadt**

**Einladung der bestehenden Kontakte in der jeweiligen Stadt zur Messe sowie zu den Seminaren im Umfeld der Messe** (Mailblast - 2 Wochen zuvor, - eine Woche zuvor, - einen Tag zuvor)

**Erstellung der Flyer für Seminare und für Vorträge an der Messe selbst** – wenn möglich Verteilung der Flyer 2 Wochen vor Messe in der ganzen Stadt, sodaß auch so Neukontakte gefunden werden.

**2.) Ordnung am Messestand** (Fläschchen wieder zurück an ihren Platz, nach jedem Interessierten Messestand aufräumen) - ein schöner, aufgeräumter Messestand zieht an, hat Klarheit und erleichtert Präsentationen. 1 - 2 - 3 Stationensystem! (1.Station: Empfang 2.Station: Empfang 3.Station: tieferes Gespräch im Inneren des Messestandes) - wichtig ist hier, die Fläche vor dem Messestand immer wieder freimachen, sodaß neue Leute wieder Platz haben direkt vor dem Messtisch (Räume beachten und dynamisch verwenden!)

**3.) Ordnung im Anlegen der Kontakte** (Kontaktliste): - unaufdringlich beaufsichtigen, daß E-mail leserlich ist, wenn web.de fragen, ob alternative E-mail Adresse vorhanden) - während die Person sich in die Liste einträgt von der Seite her freundlich fragen: "Haben Sie auch eine Telefonnummer? Könnten Sie bitte diese auch dazuschreiben?" Weiters: bei jeder Person zwei Ansprechpunkte notieren, über die man gesprochen hat, Interessen, welche Öle interessiert, welche Öle gekauft - diese hilft dann bei der Nachbetreuung. Ordnung im Kontaktgespräch bedeutet auch, während des Messegesprächs bereits die telefonische Nachbetreuung vorzubereiten (ein, zwei Gesprächspunkte bereits geistig notieren).

**4.) Ordnung in der Abrechnung** (Verkäufe): sollte sofort am Sonntag abend knapp vor Abbau des Messtisches erfolgen, sodaß alle Teilnehmer bereits ausbezahlt werden können/Geld für die Produkte sofort an die Eigentümer der Produkte (z.B. Verein) geht.

**Der Messeleiter ist für die Kasse und den Bestand verantwortlich.**

**Bei Verkäufen vom Verein: Verkäufe in die Verkaufsliste vom Verein eintragen. Den gesamten Umsatz überweisen. Die Provision aus den Messeverkäufen der Standteilnehmer wird dann direkt vom Verein per Überweisung ausbezahlt.**

**5.) Ordnung in der Nachbearbeitung:** telefonischen Kontakt innerhalb der ersten 72 Stunden aufnehmen. Ideal ist innerhalb von 24-48 Stunden!!! Das Gespräch vom Messtisch zwanglos fortsetzen (gemütlich/interessiert/fasziniert/spannend etc.), sodaß das Feeling einer Kontinuität entsteht. WICHTIG: das Thema der Nachbetreuung ergibt sich schon aus dem Messegespräch. Es kann sich sogar eine Serie von Telefonaten daraus ergeben, eine gute Bekanntschaft kann entstehen. Auch nachfragen, ob die E-Mails angekommen sind - das ist ein wichtiger Anknüpfungspunkt. Was kann ich anbieten? Folgetermine in der Stadt, Seminare? Einsatz des Interessentenprofils: dieses wird bereits an der Messe für jede einzelne Person angelegt und dient dann als Grundlage für die telefonische Nachbetreuung. Weiteres Ziel der telefonischen Nachbetreuung: das Interessentenprofil so weit wie möglich zu vervollständigen! Fragen! Fragen! Fragen! Die Leute kommen oft in den Fluß, wenn sie über sich selbst reden können, dann ist die Nachbetreuung nicht tote Hose. Zuhören, zuhören, zuhören. Wenn's wieder stockt, wieder fragen.

## **GENERELL**

**Ordnung in der Gesamtkoordination:** die Messeleiterin/Messeleiter sind die Führungskräfte, nichts an ihnen vorbei veranlassen. Die Messeleiter stehen direkt mit OETQ in Verbindung - es gibt Gründe, warum bestimmte Leute eingeladen werden, an der Messe teilzunehmen. Ziel ist eine gerechte Verteilung für alle Aussteller im OETQ-Team. Nicht selber irgendwelche Leute zur Messe mitbringen sondern absprechen, wen, wann (an welchem Tag), mit welcher Zielsetzung. Weiteres Ziel: Ausbildung unserer Downline für weitere Messen, sodaß diese irgendwann selbsttätig Messen machen können. Dies erzeugt Langlebigkeit in der Organisation - 5 Ebenen tief!!! Vor- und Nachbesprechung kann sein, doch das Konzept, das System des Network Marketing ist vorgegeben und wird durch den Einzelnen mit seiner Persönlichkeitsentwicklung mehr oder weniger gut umgesetzt. Persönlichkeitsentwicklung kann nicht besprochen werden.

## 8. AblaufsHEET Kommunikation und Weiterbildung

### Skype bzw. Talk Fusion Konferenzen

**Begrüßung durch den Konferenzleiter/die Konferenzleiterin**

**Ankündigung der Hauptthemen der Woche** (und Sprecher)

**Aufarbeitung von Themen**, die von der Vorwoche noch übrig geblieben sind bzw. nach einer Woche nochmals besprochen werden sollten

**Hauptthemen**; ggf. Fragen nach jedem Hauptbeitrag zur sofortigen Klärung bestimmter Fragen

**Allgemeine Diskussion; Fragen und Antworten**

**Veranstaltungshinweise**

**Ankündigung der nächsten Konferenz und ihrer Leitung**

### Schulungen / Talk Fusion Webinare

**Begrüßung**

**Vorstellung der Themen** und Unterrichtseinheiten/Pausen

Jede **Unterrichtseinheit (mindestens 50 Minuten, höchstens 90 Minuten lang)** kann mit einer **10 – 15 minütigen Produktschulung/Produktverkostung** eingeleitet werden

**Pausen** ca. 15 – 20 Minuten zwischen den Einheiten

ggf. **Übungen** in den Blocks

die **Teilnehmer** innerhalb der Ausbildungsteile Schlüsselthemen **selbst erarbeiten lassen** (Fragetechnik) – erhöht Schulungswirkung

ggf. Belobigungen/**Erfolgsstories**

**Lockerer Ausklang** unter Hinweis auf nächste Schulung und Überblick über Inhalte