

Vertrieb ist Krieg?

Was Einzelkämpfer und kleine Unternehmen aus dem Konzept der Multi-Level-Vertriebe lernen können

Was heißt MLM eigentlich

- Heute verwendet man fast nur noch den Begriff Network-Marketing dafür.
- Es beschreibt die Möglichkeit, Produkte dem Endverbraucher durch ein Netzwerk selbstständiger Vertragshändler direkt anzubieten, wobei der klassische Einzelhandel umgangen wird.

Ist MLM verboten?

- MLM ist doch ein Schneeballsystem, ein Pyramidensystem? Das ist doch verboten? Wo liegt der Unterschied?
- Er liegt in der Tatsache, dass tatsächlich eine Dienstleistung oder ein Produkt gehandelt wird.
- Unerlaubt ist ein MLM-System, wenn nur Geld fließt und keine Gegenleistung erfolgt. Beispiel Schenkkreise.

Vorteile für Anbieter

- geringe Werbekosten, denn die Vertragspartner kaufen das Werbematerial
- geringe Personalkosten, denn nur für die fest angestellten Mitarbeiter in der Zentrale müssen Gehälter gezahlt werden
- die Vertriebspartner sind selbstständig und erhalten Provision
- schnelle und weite Verbreitung des Produktes/der Dienstleistung, wenn der Vertrieb funktioniert

Vorteile für den Vertriebsmitarbeiter

- Keine Herstellungskosten
- Keinen organisatorischen Überbau
- Geringe Fixkosten
- Fertiges Geschäftsmodell
- Fertiges Promotionmaterial
- Aufstiegsmöglichkeiten

Welche Bedingungen muss ein MLM-Unternehmen erfüllen?

- reproduzierbares Produkt/Dienstleistung
- Alleinstellung auf dem Markt
- Nachvollziehbarer Provisionsplan
- Attraktives Karrierekonzept
- Konkrete Zielbeschreibung

Management-Prinzip „management by statistics“

- es gibt ein unumstößliches Ziel, das kaufmännisch durchkalkuliert und schriftlich formuliert ist und darüber hinaus offen kommuniziert wird
- alle Aktivitäten sind daran ausgerichtet, dieses Ziel in der vorgesehenen Zeit zu erreichen
- bei Abweichungen nach unten wird sofort gegengesteuert
- bei Abweichungen nach oben kann das Ziel auch nach oben gesetzt werden
- tägliche Zahlenmeldung
- tägliche Auswertung

Personalführung

- jeder bekommt eine Chance
- wer sie nicht nutzt, kann wieder gehen
- nur wer wirklich will, wird gefördert
- es gibt keine „Schmarotzer“

Nötige Verhaltensweisen

- Einordnung in die Rangfolge ist Pflicht
- Teilnahme an Schulungen ist Pflicht
- Eigene Prüfungen müssen abgelegt werden
- Motivation durch die upline
- Gemeinschaft fördernde Events

Ist Scheitern vorprogrammiert?

- falsche Einschätzung der eigenen Möglichkeiten
- nicht Befolgen des Konzeptes
- fehlender Glaube an das Produkt
- zu viele Baustellen

Sonderleistungen

- Incentives
(AIDA, Skifahren, Klettergarten...)
- Sonderprovisionen
- Auszeichnungen

Scheitern des Unternehmens

Fehler des Managements führen zu Misserfolg:

- Falsches Produkt/Dienstleistung
- Falsche Marktbeurteilung
- Gier
- Überheblichkeit