

Leadership • Curriculum Empfehlungs-Marketing 30000

Gruppe	Inhalt	Kurz-Beschreibung fachlich
		EXISTENZGRÜNDER-VERSION
30000	Empfehlungs-Marketing	
30001	Was ist Empfehlungs-Marketing?	Die meisten Menschen, vor allem die, die uns skeptisch begegnen, haben absonderliche Vorstellungen von Network-Marketing. Sorgen wir dafür, dass unsere Teams Schneeballsystem-sicher sind und gute Antworten geben können.
30002	Neukundengewinnung und Stammkundenpflege	Wussten Sie, dass die Gewinnung von Neukunden ein 10-fach größerer Aufwand ist als die Pflege eines Bestandskunden zum Stammkunden? Und weiss Ihr Team auch, dass passives Einkommen nur durch Stammkunden zustande kommt?
30003	Warum kaufen Kunden?	Viele Networker stellen sich in den Mittelpunkt des Geschehens und machen ein Angebot, bevor ihr Kunde überhaupt die Chance gehabt hat zu sagen, was er will. Die wichtigste Frage vor jeder Akquise ist: "Kunde, was willst Du eigentlich kaufen?"
30004	Kunden zu Fans machen	Halten Sie es für wirtschaftlich und befriedigend, ihren Kunden nachzurennen, oder ist es Ihnen lieber, wenn Ihnen Ihre Kunden massenweise und gerne folgen. Die Antwort allein reicht nicht, sondern wir müssen und fragen: "Was müssen wir dafür tun?"
30005	Das IKEA-Prinzip	IKEA hat keine Kunden, sondern Freunde. Und was machen Freunde? Sie kommen gerne wieder und bringen noch ein paar Neue mit. Das nachzu-machen ist eine gute Strategie für nachhaltiges Networking.
30006	Das Champagner-Prinzip	Wie kann ich meinem trockenen Geschäft einen Mehrwert verleihen, der Spaß macht und den meine Kunden gerne wollen? Wie organisiere ich Firmen-Events so, dass es unseren Kunden Spaß macht, andere mitzubringen? Wie kann ich daraus ein erfolgreiches Empfehlungs-Marketing aufbauen?
30007	Emotionale Mehrwerte für Ihre Produkte und Leistungen	Sie verkaufen vernünftige Produkte? Möglicherweise kaufen vernünftige Kunden auch. Aber dauerhaft werden sie nur kaufen, wenn sie begeistert sind. Also lassen Sie uns überlegen, wie wir Ihrem Produkt einen emotionalen Mehrwert geben können.
30008	Wellness, Gesundheit, Fitness	Das sind Themen, die heute eine Art Lebensversicherung für gute Geschäfte sind, ein boomender Markt. Sorgen wir dafür, dass Sie diese enorme Kraft als Kraft für Ihren Erfolg zur Verfügung haben.
30009	Baby-Boomer	Diese Geschichte kennen viele. Aber kennen Sie sie auch so, dass Sie sie kraftvoll erzählen können? Und haben Sie für jedes Detail dieses Themas eine Geschichte parat, die Ihren Kunden begeistert und zur Zustimmung bringt?
30010	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30100	Network-Marketing	
30101	Was ist das?	"Das ist doch ein Schneeballsystem!" Schon mal gehört? Die meisten, die so etwas sagen, haben keine Ahnung, was ein Schneeballsystem wirklich ist. Haben Sie genügend Ahnung um den Unterschied zum Network-Marketing sicher zu erklären?
30102	Legal und illegal	Es ist keine gute Idee, illegale Geschäfte zu machen. Obskure Abmahnanwälte finden es auch noch gut, legale Geschäfte in den Schatten zu stellen. Sorgen Sie dafür, dass Sie genau wissen, was rechtens ist und was nicht, und geben Ihren Teams Sicherheit.
30103	Organisiertes Empfehlungs-Marketing	Was ist Empfehlungs-Marketing? Die meisten sind der Meinung, Empfehlungen würden reichen. Das ist nicht so. Bei einem Network-Unternehmen ist der Cash-Flow-Prozess wohl organisiert. Erst das gibt ihnen die Möglichkeit, sich auf begeistert auf Kunden zu konzentrieren.
30104	Eine effektive Vertriebsform	Network-Marketing ist die effektivste Vertriebsform. So haben das Viele schon gehört. Aber wissen Sie auch präzise, warum das so ist und wie Sie dieses Argument effektiv in Ihren Akquise-Prozess einbauen?
30105	Geeignete Produkte	Viele Unternehmen versuchen sich im Network-Marketing. Aber ebenfalls viele bieten falsche Produkte an. Wenn Sie ein großes Geschäft aufbauen wollen, müssen Ihre Teams sicher wissen, warum genau diese Vertriebsform optimal zu ihren Produkten passt.
30106	Newcomer und Longrunner	Wem folge ich als Networker. Was sind die Vorteile von Newcomern und Longrunnern? Was müssen Sie als Unternehmer wissen, um nicht aufs falsche Pferd zu setzen?
30107	Die Reputation des Geschäftes	Network-Marketing genießt einen schlechten Ruf, wie ehemals Franchising auch. Trotzdem kann man es an der FH studieren. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Geschäftspartner die starken Argumente für Network-Marketing kennen.
30108	Partner oder Lieferant?	Bin ich bei xxx? Oder ist xxx mein starker Lieferant? Sorgen Sie für ein souveränes Selbstverständnis als Unternehmer.

30109	Die Möwe Jonathan	Kennen Sie die Geschichte der Möwe Jonathan? Und wissen Sie auch, wie Sie diese wundervolle Geschichte in drastischen Worten kurz und bündig in Ihre Verkaufspräsentation einbauen können, so dass sie Wirkung erzielt?
30110	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30200	Kunde, Sponsor, Leader, Lieferant	
30201	Die Rollen in einem Network-geschäft	Welche Rollen gibt es in einem Network-Unternehmen? Wer spielt welche Rolle? Was sind die Aufgaben der verschiedenen Rollen? Wir kann ich alle diese Rollen in meiner Person vereinen und mich so für jede Kundensituation kraftvoll aufbauen?
30202	Die ursprüngliche Idee	Was ist die eigentliche Idee des Network-Marketing? Und was wird oft daraus gemacht? Wenn Sie die eigentliche Story kennen, kenne Sie auch den Weg, der zu einem großen Erfolg führt.
30203	Sie als Kunde	Dürfen Kunden einfach Kunden sein? Oder müssen sie Networker werden? Genau hier werden oft viele Fehler gemacht; und genau hier werden oft viele Umsätze verspielt.
30204	Sie als Sponsor	Kennen Sie Ihre Aufgaben als Sponsor? Viele meinen "ja" und machen trotzdem alle Fehler, die einem bloß einfallen können. Lernen Sie zwei extreme Ansichten kennen und ordnen sich dan gemäß ihren Zielen und Fähigkeiten richtig ein.
30205	Sie als Leader	Menschen wollen Vorbilder? Sind Sie ein Vorbild? Menschen wollen Führung? Sind Sie ein Leader? Lernen Sie die richtige Betrachtungsweise von Vorbildern und Leadership kennen und benutzen Sie dieses Wissen für Ihren Erfolg.
30206	Sie als Lieferant	Was erwarte ich von meinem Lieferanten? Ist das von einem Networker zuviel verlangt?
30207	Wer sind ihre Empfehlungs-Kunden?	Network-Marketing lebt von Empfehlungen. Was müssen wir einem Kunden aber bieten, dass er uns gerne und freiwillig massenweise weiter empfiehlt? Und wo sind die Grenzen des Erlaubten?
30208	Wo finde ich Empfehlungs-Kunden?	Ok, Sie wollen Menschen finden, die Sie weiterempfehlen. Aber wo finden Sie die? Und wenn Sie sie gefunden haben, was sagen Sie denen dann?
30209	Wie bediene ich Empfehlungs-Kunden?	Wissen Sie, was ein Empfehlungskunde von Ihnen erwartet? Und kennen Sie auch die Grenzen zwischen Erwartung und Unverschämtheit? Gerade wenn Sie unsicher sind, werden Sie bereit sein zu sagen "Der Kunde ist König". Aber ist er das wirklich?
30210	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30300	Persönliche Voraussetzungen	
30301	Wer bin ich?	Solange Sie sich selbst nicht gut kennen, werden Sie auch Schwierigkeiten haben, Menschen zu finden, die zu Ihnen passen. Also, lernen Sie sich kennen.
30302	Wohin will ich?	Solange Sie Ihre Ziele nicht kennen, dürfen Sie sich auch nicht wundern, wenn Sie im Nebel rum irren. Was aber ist ein Ziel? Lernen Sie hier eine kraftvolle Formel dazu kennen.
30303	Produkt-Erfahrung und Begeisterung	Vergessen Sie ein Network-Geschäft, wenn Sie nicht ein tiefes Bedürfnis haben, begeistert zu sein. Das ist keine Frage von Produkten und "Wir-lieben-uns-alle"-Halligallis. Es ist eine Frage der inneren Einstellung. Lernen Sie die Kraftformel dazu kennen.
30304	Menschen mögen	Was glauben Sie ist der nachhaltigste Erfolgsparameter eines großen Network-Geschäftes? Produkte? Der Lieferant? Auslands-Incentives? Nein, der wichtigste Erfolgsfaktor sind die Menschen, mit denen Sie arbeiten. Was aber tun, wenn Sie menschen-scheu sind?
30305	Fleiss und Organisation	Noch nie ist ein erfolgreicher Networker über Nacht reich geworden. Und noch nie ist einer reich geblieben, der über Nacht einen riesigen Erfolg gemacht hat. Was also brauchen Sie, um nachhaltig erfolgreich zu sein?
30306	Geduld und Ausdauer	Und vielleicht brauchen Sie noch ein paar Dinge, die mit Ihrer Seele zu tun haben.
30307	Traue ich mir das zu?	Wie das Geschäft geht und warum es so nicht geht. Sie sind nicht verpflichtet die Fehler der erfolglosen Networker-Legionen nachzumachen.
30308	Wem folgen Menschen?	Ausstrahlung und Charisma, haben Sie das? Wenn "ja", haben Sie eine gute Chance, dass Menschen Ihnen folgen. Und wenn "nein", dann schaffen Sie es sich an.
30309	Zuverlässigkeit	"Ich wähle keine Worte, die größer sind als die Schritte, die ich hinterher tun muss". Eine meiner Versprechungen für neue Partner und Kunden. Sorgen Sie dafür, dass Sie zuverlässig sind, dann werden Sie auch kein Chaos-Management brauchen.
30310	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30400	Betriebliche Voraussetzungen	
30401	Finanzen	Was ist der Zustand Ihrer Finanzen? Was, sie wissen das nicht? Sie glauben gar nicht, was man aus dem Zustand Ihrer Finanzen alles herauslesen kann. Und was Sie selbst herauslesen können, um es möglicherweise zu ändern.
30402	Ordnungsgemäße Buchführung	Network-Marketing wird früher oder später eine Gewerbeanmeldung erfordern. Und die wiederum eine ordnungsgemäße Buchhaltung. Erfahren Sie, warum es ein katastrophaler Fehler ist, diese Buchhaltung sofort aus der Hand zu geben.
30403	Mitarbeiter informieren	Viele Menschen werden auf Großveranstaltungen mitgenommen, bei denen sie "fliegen" lernen sollen. Dabei wollten sie nur informiert werden. Schauen Sie sich ein paar kapitale Fehler von Start-Up-Sponsoren an und vermeiden es, diesen Fehler auch zumachen.

30404	Mitarbeiter begeistern	Glauben Sie, dass Menschen nur vernünftige Entscheidungen treffen wollen? Un dglauen Sie, das Menschen, die wir von derKlippe geschmissen haben deshalb schon fliegen können? Erfahren Sie, wie auch Sie Menschen begeistern können.
30405	Produktportfolio anpassen	Ihre Lieferantet biete hunderte von Produkten an? Viele Menschen setzen sich jetzt monatelang oder jahrelang in die Akademien, um ja alles über die Produkte zu erfahren. Ist das gut so? Lernen Sie einen effektiveren Weg kennen und die Gründe, warum er besser ist.
30406	Räume bereitstellen	Einmal am Tag jemanden einladen? Aber wohin? Seminarräume anmieten? Kongresse organisieren? Stammtische durchführen? Sie können viel Aufwand treiben, ohne erkennbaren Erfolg daraus zu erzielen. Lernen Sie es richtig zu tun.
30407	Werbung	Sein ist wahrgenommen werden! Ein wahres Wort! Aber was tun, wenn mich keiner sieht? Lerne Sie ineffektive von starken Verfahren zu unterscheiden und richtig zu werben.
30408	Wir treten als Team auf	Sind Sie ein Einzelkämpfer oder ein Teamplayer? Was glauben Sie, wie viele Einzelkämpfer versuchen, Teams aufzubauen und dabei scheitern. Lernen Sie also das zu Ihnen passende Konzept kennen.
30409	Ein stimmiges Outfit	Kleidung, Sprache, Corporate Design, Welcome-Cocktails, etc. Was aber ist stimmig?
30410	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30500	Empfehlungs-Management	
30501	Das Genie beherrscht das Chaos	Glauben Sie kein Wort. Das hat ein krankes Hirn erfunden, und wenn Sie es glauben, dann hat er auch noch erreicht, Ihnen zu schaden. Was aber ist die Alternative und wie geht die?
30502	Die Einladung	Würden Sie für ein großes Einkommen einmal Tag jemanden einladen? Schon, aber wie geht das, ohe in Panik zu verfallen? Lernen Sie, wie einfach das ist und was Sie dafür wissen müssen.
30503	Die Vorbereitung	Empfehlungen können irgendwie zustande kommen und irgendein Ergebnis erzielen und vielleicht irgendwann mal soetwas wie Multiplikation erzeugen. Sie können Ihre Empfehlungen aber auch so organisieren, dass Sie der Steuermann Ihrer Empfehlungsgeber sind.
30504	Die Gästebewirtung	"...einmal am Tag einladen?". Und dann? Bei Ihrem Geburtstag wissen Sie es doch auch! Bleiben Sie einfach, dann wird eine Einladung auch ganz einfach Erfolg abliefern.
30505	Die Veranstaltung	Eien Veranstaltung beginnt irgendwann und endet auch irgendwann. Was aber müssen Sie tun, damit sie genauso endet, wie Sie es sich vorgestellt haben?
30506	Veranstaltungen des Produkt-Lieferanten	Oder ist es besser, gar keine eigenen Veranstaltungen zu machen, sondern die Kunden zu den Großveranstaltungen des Lieferanten zu schleppen? Hier können Sie große Fehler machen, oder eben vermeiden. Lernen Sie die Unterschiede kennen.
30507	Das Bedienen von Kunden	Wie bediene ich einen Kunden? Und wie bringe ich ihn dazu, das er Millionär werden will? Lernen Sie ein bisschen etwas vom Unsinn in vielen Networks kennen.
30508	Das Coachen von Partnern	Partner brauchen Führung und Anleitung? Ist das wirklich so? Entscheiden Sie, ob Sie Network-Trainer sein wollen und es können, oder ob Ihnen Ihr passives Einkommen wichtig ist.
30509	Das Follow Up	Was tun Sie, nachdem sich Ihre Gäste verabschiedet haben? Erschöpft in den Sessel sinken und auf große Schecks warten, könnte der falsche Weg sein. Was aber ist der richtige?
30510	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30600	Event-Management	
30601	Warum Event-Marketing?	Was ist Event-Marketing? Und warum könnte es für Ihren Erfolg wichtig sein?
30602	Das Champagner-Prinzip	Wäre es Ihnen lieber von mir eine Flasche Champagner geschenkt zu bekommen oder zwei? Die Antwort scheint einfach, aber für zwei Flaschen müssen Sie etwas tun? Lernen Sie den Sinn exklusiven Marketings kennen.
30603	Organisation von Event-Marketing	Sie können zufällig das eine oder andere Event anbieten. Oder Sie können es zur Strategie Ihres Marketings machen. Dann müssen Sie es aber auch professionell organisieren.
30604	Intern oder extern?	Homeparty oder das Seminar auf dem Rheindampfer? Lernen Sie die Unterschiede für Ihr Geschäft kennen und treffen richtige Entscheidungen.
30605	Professionelle Dienstleister	Möchten Sie Networker sein oder Event-Manager? Oder beides? Möglicherweise wird das eine den Erfolg des anderen behindern. Lernen Sie also die Kriterien kennen und treffen eine richtige Entscheidung.
30606	Wer ist der Leader?	Sie? Ihr Sponsor? Der Millionär? Der Gründer des Lieferanten? Das zu wissen wird wichtig sein, denn Menschen folgen dem Leader.
30607	Wer sind Ihre natürlichen Event-Partner?	Vielleicht müssen Sie ja gar nicht alles selbst tun. Vielleicht gibt es ja Menschen, die das besser können. Und vielleicht gibt es eine Strategie, die als Geschäftspartner zu gewinnen.
30608	Die Kalkulation von Events	Seien Sie intuitiv, aber nicht, wenn es umn Kosten und Erträge geht. Da ist solide Betriebswirtschaft die bessere Variante. Was also müssen Sie tun, um die Wirtschaftlichkeit Ihre Events vorher zu kennen?

30609	Service-Personal?	Es ist für eine Networker eine blöde Idee, Menschen fest anzustellen. Aber genauso blöd ist es, Kunden unberaten gehen zu lassen, wie Sie keine Zeit haben. Wo werden Sie also Hilfe brauchen und wie organisieren Sie das?
30610	Meine Empfehlung	So mache ich es.
30700	Notwendige Technik und Organisation	
30701	Eigene Räume oder Hotel?	Was glauben Sie ist die richtige Lösung? Ich verrate Ihnen ein Geheimnis: Beides oder noch mehr! Diese Entscheidung richtig zu treffen hat Einfluss auf Ihren Erfolg und auf Ihre Finanzen. Lernen Sie also die Kriterien kennen.
30702	PC-Technik	Was brauchen Sie an PC-Technik für Ihre Veranstaltung?
30703	PC-Knowhow	Was müssen Sie über PC-Technik, wissen? Und was tun Sie, wenn Sie nichts wissen?
30704	Beamer oder Nicht-Beamer?	Beamer werden zwar immer billiger, aber trotzdem ist es sinnlos Geld auszugeben, und dann eine Technik einmal im Jahr einzusetzen. Soweit ist es noch einfach. Aber kann ein Beamer auch schaden?
30705	Die Gestaltung von eigenen Räumen	Ich habe schon die sonderbarsten Dekoration auf Events gesehen. Was aber ist richtig und angemessen? Es gibt ein paar einfache Kriterien, die für jeden gelten.
30706	Software zur Kundenpflege	Wie pflege ich meine Kunden richtig? Mit Karteikärtchen, mit Software? Erfahren Sie, was für Sie die richtige Lösung ist.
30707	Software zum Management von Empfehlungs-Marketing	Brauchen Sie Software, um Ihre Empfehlungsgeber zu managen? Kommt drauf an. Worauf kommt es an? Lernen Sie die Notwendigkeiten des Partner-Managements kennen und entscheiden dann Ihre Lösung.
30708	Software für das Zeit- und Termin-Management	Wie manage ich meine Zeit? Brauche ich Software dafür oder reicht mein Terminkalender. Kommt drauf an! Worauf kommt es an?
30709	Date-Management	Was müssen Sie über Ihre Kunden wissen und wie können Sie dieses Wissen kraftvoll in Ihr Marketing einbauen?
30710	Meine Empfehlung	So mache ich es.