

Im Network Marketing bringen Veranstaltungen das Geld!

So einfach ist das. Natürlich hilft uns die Technologie auf immer effektivere Weise, mit Menschen in Kontakt zu kommen, doch nichts ersetzt das persönliche Miteinander.

Menschen einzeln, in kleinen Gruppen zu treffen oder bei lokalen oder größeren Veranstaltungen, hat einen riesigen Einfluss auf den langfristigen Erfolg jeder Network-Marketing-Organisation. Aber eine bestimmte Art von Veranstaltung ist am wirksamsten, und das ist die „Ziel“-Veranstaltung. Es kann sich dabei um ein vom Unternehmen veranstaltetes Event handeln oder um eines, das deine Führungsmannschaft über dir gestaltet, doch eine „Ziel“-Veranstaltung ist immer eine, bei der alle Beteiligten in eine andere Stadt fahren, in einem Hotel übernachten und an einem Vortrag oder einer Versammlung teilnehmen.

Manche sagen, im Zeitalter der neuen Technologiewelt sei das „Ziel“-Event tot, und Leute würden wegen solcher Dinge nicht mehr reisen wollen. Was ich dazu sagen kann ist, dass diese Leute keine Spitzenverdiener in unserer Branche sind. Wenn du studierst, was die erfolgreichen Leute machen, um ihre Network-Marketing-Organisationen aufzubauen, merkst du, dass fast alle Ziel-Veranstaltung als Eckpfeiler für den Aufbau ihres Geschäftes nutzen.

Es hat etwas Magisches, aus dem Alltagstrott herauszukommen und sich voll und ganz auf seine Träume zu konzentrieren. Völliges Eintauchen, wenn auch nur für ein Wochenende, ist GUT. Man kann es nutzen, um sich erneut auf die Zukunft zu konzentrieren und sich dafür zu engagieren und um die notwendige Kraft zu sammeln, um nach Hause zu gehen und das zu tun, was nötig ist, um das Geschäft voranzubringen.

Man bekommt Kraft aus den Präsentationen, die man bei der Veranstaltung hört. Manchmal sagt jemand etwas genau im richtigen Moment deines Lebens, und es verändert dich für immer. Vor ein paar Jahren war ich bei einer Veranstaltung, bei der jemand sagte: „Die Größe eines Menschen wird nach der Größe des Problems, das ihn umwirft, bestimmt.“ Diese Feststellung traf mich mitten ins Herz und hat mir seitdem immer geholfen. Wann immer ich betrübt oder deprimiert bin, sagt etwas in mir: Ist das die Größe von Axel?“ Ich antworte: „Nein“, richte mich wieder auf und gehe weiter.

Ich hatte über die Jahre Hunderte solcher Momente bei Ziel-Veranstaltungen. Bei einem Event habe ich aufgehört, anderen die Schuld zu geben. Bei einem anderen Event habe ich mich entschlossen, Profi zu werden. Bei einem weiteren Event habe ich begriffen, dass niemand mich aufhalten kann. Bei wieder einem Event habe ich mich entschieden, an die Spitze zu gehen. Ehrlich gesagt fällt mir kein einziger bedeutsamer Moment in meiner Network-Marketing-Karriere ein, der sich nicht bei einer Veranstaltung ereignete. Sie sind so gewaltig.

Zusätzlich zum Kraft schöpfen aus den Präsentationen der Redner bekommt man auch eine unglaubliche Bestätigung für seine Entscheidungen mitzumachen. Das Konzept heißt „soziale Bestätigung“ und ist sehr wichtig. Als Menschen sind wir darauf gepolt, Bestätigung von außen für unsere eigenen Gedanken und Erfahrungen zu suchen. Bei einer Ziel-Veranstaltung sieht man viele Leute, die die gleiche Entscheidung getroffen haben wie man selbst, und das tut gut. Auch sieht man, dass manche von ihnen ihre Ängste überwunden haben und in die höchsten Ränge des Unternehmens aufgestiegen sind. Und du fängst an zu überlegen: „Wenn die das geschafft haben, kann ich es vielleicht auch.“

Es gibt dabei auch einen positiven Kollegendruck. Die meisten Ziel-Veranstaltungen beinhalten Anerkennungs-Programme – wer hat den Wettbewerb gewonnen, wer ist in die nächste Reihe vorgerückt, wer hat am meisten verdient oder wer hat auf der Bühne gesprochen.

Als ich zu meinem ersten Event ging und all die Leute auf der Bühne sah, hatte ich einen Gedanken:

„Nächstes Mal stehe ich auf der Bühne.“ Es war anregend, dass so viele Leute geschafft hatten, was ich noch nicht geschafft hatte. Es verhalf mir zu der Überzeugung, dass ich es schaffen könnte und dazu, einen Plan auszuarbeiten, damit es Wirklichkeit würde. Außerdem wollte ich über die Anregungen hinaus nicht zum nächsten Event erscheinen, ohne irgendeine Verbesserung in meinem Geschäft erreicht zu haben. Dieser positive Kollegendruck half mir, gegen meine Ängste anzugehen und es Wirklichkeit werden zu lassen.

Ganz allgemein ist das Gemeinschaftsgefühl bei einem Ziel-Event wohltuend. **Wir leben alle in einer Welt voller Leute, die wenig Ahnung haben von Network Marketing.** Das kann mit der Zeit entmutigen. Kommen wir aber zu einem großen Ereignis, sind wir plötzlich umgeben von Leuten, die Einstellungen. Mit dieser erstaunlichen Gruppe von Leuten Zeit zu verbringen, kann uns im wahrsten Sinne des Wortes wieder aufladen, so dass wir Kraft haben für den nächsten Anlauf.

Sobald du verstanden hast, wie wichtig Ziel-Events für den Erfolg deines Geschäfts sind, musst du lernen, wie man sie effektiv in deiner Organisation fördert. Es ist wirklich ganz einfach: Je mehr Leute aus deiner Gruppe dabei sind, desto mehr Geld verdienst du in unserer Branche. Spitzenkräfte wissen genau, wie viele Leute mitmachen, und sie stellen sicher, dass diese Zahl bei jeder neuen Veranstaltung steigt.

Denk darüber nach. Nimm zwei Vertriebspartner, die jeder eine Gruppe von 100 Leuten haben. Vertriebspartner A macht es zur Priorität und bringt jeden dazu, an jeder größeren Ziel-Veranstaltung teilzunehmen. Vertriebspartner B macht es nicht zur Priorität, und so nimmt nur eine Handvoll teil. Welche Gruppe wird erfolgreicher sein? Das ist noch nicht einmal ein Wettbewerb.

Der erste Schritt in der Entwicklung zur Förderung einer Kultur der Teilnehmer an Ziel-Events ist, sich persönlich mehr als jeder andere zu engagieren, dabei zu sein und anderen zu helfen, die gleiche Entscheidung zu treffen. Das heißt, durchs eigene Beispiel zu führen und keine Ziel-Veranstaltung zu verpassen.

Als ich mit diesem Beruf anfang, hatte ich keine Ahnung, wie ich das machen sollte. Ich hatte das Geld nicht, und die Zeit fehlte mir auch; ich hatte also die gleichen Hinderungsgründe wie jeder andere auch. Aber bei meiner ersten Veranstaltung passierte mir etwas, das alles veränderte. Ich hatte genug Geld zusammengekratzt, um dorthin zu kommen, und es wurde ein überwältigendes Erlebnis. Die Bühne, die Lichter, die Leute, die Geschichten – es war so beeindruckend!

Während einer der Sitzungen ging ich zur Toilette, und als ich zurück zum Eingang der großen Konferenzhalle kam, stand ich auf einmal neben einem der Spitzenverdiener des ganzen Unternehmens! Er hatte das erreicht, was ich erreichen wollte und mehr. Ich stand da und versuchte, irgendetwas Intelligentes zu sagen. Schließlich stellte ich mich einfach vor und fragte: „Was ist das Geheimnis?“

Heute weiß ich, dass es kein Geheimnis gibt, und er hätte genau das zu mir sagen können, doch stattdessen hatte er etwas Mitleid und gab mir eine wichtige Lektion, die mir bis heute hilft. Er sagte: „Axel, siehst du diesen Saal? Er fasst etwa 2.000 Personen. Wir haben diese Veranstaltungen etwa dreimal im Jahr. Da ist das Geheimnis. Beim nächsten Event kommt die Hälfte der Leute nicht wieder, aber die andere Hälfte, die kommt, verdient etwa doppelt so viel wie der Durchschnitt von allen anderen im Raum. Dein Job ist, zu den 1.000 Leuten zu gehören, die wiederkommen. Und es hört damit nicht auf. Beim nächsten Event kommt die Hälfte dieser 1.000 Leute nicht mehr wieder, aber die 500, die wiederkommen, verdienen das Vierfache vom Durchschnitt aller anderen im Raum. Und das geht von Veranstaltung zu Veranstaltung so weiter. Wenn du immer wieder kommst, gehörst du zu den am besten bezahlten Leuten im Raum, und vielleicht findest dich als Redner auf der Bühne wieder.“

Ich sagte: „Das ist es?“, und er antwortete: „Axel, natürlich musst du zwischen den Events auch weiter

an deinen Fertigkeiten arbeiten, aber meine Erfahrung hat mir gezeigt, wenn du die Leute bei den großen Events überdauerst, kommst du an die Spitze.“ Das war für mich ziemlich einfach zu verstehen. Ich dankte ihm und beschloss auf der Stelle, keine große Unternehmens-Veranstaltung zu verpassen und neue Leute mitzubringen.

Das war nicht einfach. Manchmal waren schon allein die Karten für die Veranstaltung ein Problem. Ich machte es zur Priorität und fand Wege, sie zu kaufen. Manchmal war die Kinderbetreuung ein Thema. Ich suchte unablässig nach Babysittern, bis wir jemanden gefunden hatten, dem wir vertrauen konnten. Manchmal kämpfte ich damit, wie ich zum Event kommen sollte. Statt einen gemütlichen Direktflug zu buchen, musste ich manchmal einen mit zwei oder drei Anschlussflügen nehmen. Statt zu fliegen, musste ich manchmal fahren, sogar mich einer Gruppe anderer Leute in ein Auto quetschen, um hinzukommen. Es gab sogar Zeiten, in denen ich ein Bus bestellte und Leute aus meiner Gegend anwarb mitzufahren. Die Sache ist, ich machte es zur Priorität, und ich kam zur Veranstaltung – egal wie.

Was die Unterkunft angeht, wohne ich heute in einer Suite, aber das war nicht immer so. Am Anfang habe ich mir oft ein Zimmer mit so vielen Leuten wie möglich geteilt. Statt Zimmerservice gingen wir zum örtlichen Supermarkt und kauften Lebensmittel für billige Mahlzeiten. Und die Minibar war streng tabu.

Endresultat: der Rat, den ich vor so vielen Jahren erhalten hatte, FUNKTIONIERTE. Weil ich ehrgeizig und hungrig war, fand ich einen Weg, wie ich die Leute, die weniger engagiert waren als ich, überleben konnte, und genau so, wie jener Spitzenverdiener es mir gesagt hatte, wuchs mein Einkommen mit jeder Veranstaltung.

Hinzu kam etwas anderes. Ich begann, mich anders zu fühlen als jeder andere. Ich begann, mich wie ein „Iron Man“ zu fühlen. Ich fing an, stolz zu sein auf die Tatsache, dass ich immer noch stand, während andere den Glauben verloren hatten. Wenn du dich mehr engagierst als alle anderen, um an den Ziel-Veranstaltungen teilzunehmen, dann wird dir dieses insgesamt wichtige Engagement sehr helfen.

Sobald du voll und ganz engagiert bist, ist der nächste Schritt, die Zahl der Leute deines Teams wachsen zu lassen, die zusammen mit dir dorthin gehen und nicht nur zum Veranstaltungstouristen zu werden. Die meisten Leute kündigen ihrer Gruppe die nächste große Veranstaltung an, lehnen sich zurück und hoffen, dass die Leute sich anmelden. Profis verstehen, dass es einen großen Unterschied ausmacht, lediglich „anzukündigen“ oder ein „Förderer“ zu sein.

Förderer machen die Veranstaltung in ihrer Gruppe zur Priorität. Sie sind unerbittlich mit ihrer Botschaft. Sie erzählen Geschichten, die die Leute zum Handeln anregen. Sie nehmen nichts als selbstverständlich hin und geben keine Ruhe, bis die Leute sich angemeldet haben. Sie malen den Leuten in den schönsten Farben aus, wie großartig die Veranstaltung sein wird und die Vorteile einer Teilnahme. **Eines, das ich schon lange gelernt habe, ist niemandem seine Entschuldigung abzukaufen, wenigstens nicht am Anfang. Ich kann gar nicht sagen, wie viele Leute angefangen haben, mir die Gründe zu erzählen, weswegen sie nicht zur nächsten Ziel-Veranstaltung kommen können, nur um herauszufinden, dass ihr Grund nur eine Ausrede war und nicht wirklich wahr.**

Das Problem der Amateure ist, dass sie die erste Geschichte abkaufen, und das war´s dann. Jemand sagt: „Ich bekomme keinen Urlaub“, oder „Ich kann es mir nicht leisten“ oder „Ich finde keine Kinderbetreuung“ oder „Und wer passt auf meinen Hund auf“ oder „An dem Wochenende ist eine Geburtstagsfeier.“ Und der Amateur antwortet: „Gut, so ist das dann. Hoffentlich kannst du das nächste Mal dabei sein.“ Es wird kein nächstes Mal geben!

Profis haben eine ganz andere Denkweise. Wenn sie einen Einwand hören, kaufen sie die Story nicht ab, weil sie wissen, dass sie wahrscheinlich nicht stimmt – oder wenigstens nicht ganz. Stattdessen arbeiten sie mit der betreffenden Person daran, die Bedeutung und Wichtigkeit der Teilnahme am Event zu verstehen. Dann überlegen sie mit ihnen Wege, das anfängliche Problem zu lösen. Ich kann gar nicht sagen, mit wie vielen Leuten ich geredet habe, die schon fest entschlossen waren, zur nächsten Veranstaltung nicht mitzukommen, und innerhalb von fünf Minuten haben sie ihre Meinung geändert und sich angemeldet. Die Lektion ist hier, deine Geschichte zu erzählen. Kauf ihnen ihre nicht ab.

Betrachte diese Fertigkeit, als wärest du ein börsengehandeltes Unternehmen, und dein Aktienwert hängt unmittelbar davon ab, wie viele Leute du bei jeder Ziel-Veranstaltung dabei hast. Wenn dem so wäre, würdest du es zu einer Priorität machen, bei jeder kommenden Veranstaltung mehr Leute dabei zu haben oder etwa nicht? Es gibt keine Wunderwaffe im Network Marketing, aber diese Fertigkeit kommt dem sehr nahe.

ZU DEN VERANSTALTUNGEN: <http://www.x4group.net/events>