

"Het is de volgende revolutie in zaken doen."

Netwerkmarketing voor Professionals

Bovenstaande uitspraak is van Lord Williams Rees-Mogg, voormalig hoofdredacteur van The Times. Met dit rapport maakt u kennis met netwerkmarketing en kunt u zelf zien wat professionals uit het bedrijfsleven naar deze industrie trekt. U kijkt mee over de schouders van fabrikanten, werknemers en ondernemers en ziet hoe zij netwerkmarketing ervaren. Wat zou netwerkmarketing voor u kunnen betekenen? U leest het hier allemaal, over de voordelen en de mogelijkheden, en hoe u een goed bedrijf kunt kiezen om mee te werken.



Wat is Netwerkmarketing ...

De termen netwerkmarketing (NWM), multi-level marketing (MLM) en teammarketing (TM) worden door elkaar gebruikt. Hoewel er verschillen zijn, zijn deze concepten in basis gelijk. Het idee is ontstaan uit Direct Sales. Door het weglaten van reclame en winkels wordt zo'n zeventig procent van de verkoopprijs bespaard. Bij Direct Sales gaat dit geld naar mensen die de producten direct verkopen aan de eindgebruiker, soms bij de klant thuis.

Bij netwerkmarketing gaan we nog een stap verder. Ook hier hebben we geen winkels en wordt er geen reclame gemaakt. Met deze besparing wordt een netwerk van distributeurs betaald die gezamenlijk zorgen voor omzet. Dat kan, net als bij Direct Sales, door het verkopen van producten, maar omzet ontstaat vooral in het netwerk zelf doordat mensen de producten zelf gebruiken. Het netwerk bestaat dus niet uit verkopers maar uit consumenten.

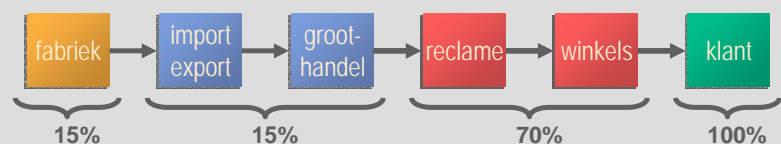
Mensen die tevreden zijn over een product zullen het aanbevelen aan anderen, vaak geheel onbewust. Heeft u al eens een goed boek aanbevolen of een goed restaurant? U creëert hiermee nieuwe klanten. Bij netwerkmarketing krijgt u daarvoor betaald, als beloning. U krijgt een percentage van alle aan-

Dr.ir. N.W.A. (Norbert) Arends

is geboren in 1964, afgestudeerd en gepromoveerd in Eindhoven aan de faculteit Werktuigbouwkunde. Hij heeft geruime tijd in het bedrijfsleven gewerkt in diverse consultancy functies, is oprichter van INAScon, een adviesbureau gespecialiseerd in managementtechnieken, en is daarnaast werkzaam als trainer/coach in Netwerkmarketing.

BESPARING OP DISTRIBUTIE IS INKOMEN VOOR U

Traditionele Marketing



Direct Sales



Netwerkmarketing



Omzet bij Netwerkmarketing ontstaat vooral door eigen gebruik, en niet door verkoop.

kopen die deze nieuwe consumenten zullen doen, levenslang.

Stelt u zich eens voor dat u in de supermarkt boodschappen loopt te doen en u komt allemaal mensen tegen die u heeft aanbevolen om ook in deze winkel boodschappen te doen. U ziet allemaal volle winkelagentjes en een klein deel van die omzet krijgt u, elke week, jaar in jaar uit.

U kunt natuurlijk onbeperkt mensen doorsturen en daar uw inkomen mee opbouwen, maar het is nog beter om dat anderen voor u te laten doen. Deze mensen krijgen dan net als u een percentage van de omzet en u bouwt daarmee een organisatie om u heen

die voor u omzet genereert. U bent nu manager geworden van een organisatie en u bent dus meer bezig met mensen dan met producten.

Daarmee hebben we beide mogelijkheden laten zien om geld te verdienen met netwerkmarketing. Enerzijds door het zelf gebruiken, eventueel verkopen maar vooral door het aanbevelen van producten. Anderzijds door actief mensen te zoeken en deze te leren hoe ze met netwerkmarketing geld kunnen verdienen en ze daarin te begeleiden.

En hoe werkt dat nou in de praktijk? Er zijn verschillende manieren om naar netwerkmarketing te kijken. U kunt er naar kijken als fabrikant, als werkne-

mer, als ondernemer, of vanuit het perspectief van uw privé-leven. We zullen ze alle vier even nader bekijken.

... voor de Fabrikant?

Netwerkmaking is voor de fabrikant een effectieve manier om producten in de markt te zetten. Uit de besparingen op het weglaten van winkels en reclame wordt het netwerk van distributeurs betaald. De fabrikant krijgt daardoor een veel eenvoudiger distributiekanaal zonder dure panden, onnodig veel personeel en steeds terugkerende reclame-campagnes. Daarvoor in de plaats komt een computersysteem waarin het hele netwerk, wereldwijd, wordt geregistreerd en wat alle betalingen regelt.

En er is nog een ander voordeel voor de fabrikant. Elke eindgebruiker heeft

direct persoonlijk contact met iemand uit het netwerk en krijgt zo een veel betere service. De hogere kwaliteit van de producten komt zo ook beter tot zijn recht.

... voor u als Werknemer?

Tijd is geld. U bent werknemer en u ruilt uw tijd om voor geld. In een loondienstcontract spreekt u af met de werkgever hoeveel tijd u voor hem gaat werken en wat u daarvoor betaald krijgt, bijvoorbeeld veertig uur per week voor een maandloon van drieduizend euro.

Netwerkmaking kunt ook zien als betaald werk, maar dan zonder loondienstcontract. U heeft dus ook geen vast loon. Aan de hand van het marketingplan bepaalt u zelf hoeveel u wilt

verdiene, welke acties u daarvoor kunt doen en hoeveel tijd u daarin wilt of kunt investeren. Het resultaat van uw werk wordt gemeten in omzet bij de fabrikant. Hoe meer omzet, hoe hoger het inkomen.

Netwerkmaking is parttime werk en de meeste beginnen hier dan ook mee naast hun huidige werk. Als uw inkomen groeit bij netwerkmaking dan kunt u minder gaan werken bij uw baas of zelfs helemaal stoppen.

... voor u als Ondernemer?

Elke onderneming start met een plan. Eén van de dingen die u daarin bepaalt is hoe de onderneming moet functioneren, volgens welk systeem u gaat werken. Op dit moment kennen we vier van deze systemen, vier generaties.

NETWERKMARKETING: HET ENIGE ECHTE VIERDE-GENERATIE BEDRIJFSSYSTEEM

Door de decennia heen zijn er steeds nieuwe manieren ontstaan om bedrijfsmatig te werken. Zo zijn er op dit moment vier generaties van dergelijke bedrijfssystemen bekend. Deze onderscheiden zich in de structuur die het bedrijf heeft met betrekking tot relaties tussen de mensen die er werken en eventueel de relaties met externe partijen, zoals klanten, concurrenten en aandeelhouders.

De **eerste-generatie** bedrijven zijn ambachtslieden die alles zelf doen. Productontwikkeling, marketing, verkoop, service, reclame, etc. Zij werken alleen, zonder hulp, voor hun klanten, die betalen voor het product of de dienst. Er zijn nog steeds veel bedrijven die volgens dit systeem werken, zoals een smid, architect, advocaat, arts, consultant of een artiest.

Als het werk teveel wordt om alleen te doen wordt er hulp ingehuurd. Zo ontstaat de baas-knecht relatie tussen werkgever en werknemer. Tijdens de industriële revolutie is dit systeem tot op zeer grote schaal uitgegroeid en het grootste deel van de beroepsbevolking werkt nu nog altijd in een **tweede-generatie** systeem.

De laatste twintig jaar zien we steeds meer dat kleine bedrijven en zelfstandige ondernemers samenwerken op basis van projecten. Een klant heeft een vraag en er vormt zich een netwerk van kleine ondernemingen die gezamenlijk deze vraag invullen. Elke onderneming

alleen zou deze vraag niet kunnen invullen maar door samenwerking ontstaat een uniek product wat aan de vraag beantwoordt. In dit **derde-generatie** systeem betaalt de klant elke onderneming afzonderlijk of er wordt gewerkt met een hoofdaannemer die de andere ondernemingen inhuilt.

Een **vierde-generatie** systeem werkt op dezelfde manier als een derde-generatie systeem maar dan zonder klanten of andere externe partijen. Zelfstandige ondernemers werken hier samen in een netwerk. Succes wordt niet bepaald door een klant of door aandeelhouders, zoals in de vorige generaties het geval was, maar door de ondernemers zelf. Elke ondernemer kan zijn succes vergroten door een ander te helpen. Als dat resultaat oplevert, deelt de ondernemer in dat succes en krijgt een klein deel van de opbrengst als beloning voor zijn hulp. Hij krijgt dus pas betaald als zijn hulp ook daadwerkelijk resultaat oplevert.

En dat wijkt af van de vorige generatie systemen waar betaling al plaatsvindt bij aflevering van product of dienst. Het succes, het voordeel van het gebruik komt pas later. Een voorbeeld: u koopt een wasmachine en betaalt bij aflevering. Daarna gaat u de machine gebruiken en heeft u schone was. De schone was, het resultaat, ontstaat pas ná de betaling. Dit is normaal voor een eerste-generatie systeem. In een vierde-generatie systeem betaalt u pas als de was ook echt schoon is geworden. U

heeft dus resultaat vóóordat u daarvoor betaalt.

Netwerkmaking is tot nu toe het enige vierde-generatie systeem. Tenminste als het systeem goed is opgezet. U kunt namelijk ook traditionele, niet-vierde-generatie werkwijzen toepassen in netwerkmaking maar eigenlijk bent u dan het systeem aan het misbruiken. Een voorbeeld. Bij sommige netwerkmaking bedrijven wordt u beloofd voor het aanmelden van een nieuwe distributeur. Hoewel er nog geen omzet is ontstaan krijgt u wel al betaald. U heeft dus al succes vóóordat u iemand helpt om succes behalen. Dat is beslist geen vierde-generatie werkwijze!

Als er met niet-vierde-generatie werkwijzen, bijvoorbeeld door inschrijven van nieuwe distributeur, gemakkelijker wordt verdiend dan met echte vierde-generatie werkwijzen, bijvoorbeeld het helpen van distributeurs, dan ontstaat een vorm van een zogenaamd piramidespel. Er is een simpele regel die aan geeft of u met een echt vierde-generatie systeem te maken heeft:

U heeft pas succes als u eerst iemand anders helpt met het bereiken van zijn succes.

En daaraan kunt u ook zien dat een vierde-generatie systeem het meest ethische systeem is om zaken met elkaar te doen.

Netwerkmaking is een vierde-generatie systeem, zelfs het enige vierde-generatie systeem.

Mede door de voordelen van een vierde-generatie systeem, is netwerkmaking een solide basis om daar een eigen onderneming mee op te zetten. U heeft met dit systeem wel de voordelen van zelfstandig werken maar niet de nadelen. Zo kunt u met een kleine investering al starten. En u hoeft geen personeel aan te nemen of een kantoorruimte te huren. Bijna alle netwerkmaketeers werken vanuit huis. U loopt dus weinig risico. Bovendien is er geen externe partij, zoals een klant of aandeelhouder, die voor u uitmaakt of u het goed doet.

De fabrikant neemt veel zaken van u over. Ze doet voor u marktonderzoek en productvernieuwing en zorgt daarmee voor een kwalitatief hoogwaardig product, inclusief het nodige marketingmateriaal zoals folders en brochures. Verder ondersteunt ze u met trainingen en begeleiding. En bij internationaal gevestigde bedrijven is bovendien de drempel erg laag om internationaal te werken.

... voor u in uw Privé-leven?

Uw privé-leven zal er met netwerkmaking heel anders uit komen zien. Zeker als u wat langer bezig bent zult u de verschillen duidelijk merken. Stelt u zich eens voor dat u parttime werkt en daarmee een bovengemiddeld inkomen verdient. U heeft dan voldoende vrije tijd en voldoende financiële middelen om datgene te doen wat u zelf belangrijk vindt.

U kunt zelf de balans bepalen tussen werk en privé. Omdat netwerkmaking altijd een parttime inspanning is

Wat gebeurt er als u door welke omstandigheden ook vanaf morgen geen inkomsten meer krijgt?

krijgt u meer tijd om uw privé-leven in te richten zoals u dat graag wilt. U kunt meer tijd vrijmaken voor uw gezin, vrienden en anderen die uw aandacht verdienen. U kunt weer leven in plaats van geleefd worden.

Wat mag u verwachten van Netwerkmaking?

We hebben gezien dat u op verschillende manieren naar netwerkmaking

EEN PASSIEF INKOMEN IS SPAARGELD OP DE BANK

We kennen twee soorten inkomen, een passief en een actief inkomen. Iedereen die werkt voor een uurtarief heeft een actief inkomen. Dat betekent dat als u werkt krijgt u betaald, als u niet werkt krijgt u niets. U heeft dus alleen inkomen als u actief bent. Ook zelfstandige ondernemers hebben vaak een actief inkomen. Zij moeten constant zorgen voor voldoende klanten. Zonder acquisitie of reclame geen klanten, zonder klanten geen inkomen. Bij een actief inkomen bent u dus actief bezig met het verwerven van uw inkomen.

Een passief inkomen daarentegen loopt door, ook als u niets doet. Vergelijk het met rente wat u krijgt van een kapitaal op de bank. Als u tienduizend euro op de bank zet tegen een rente van vier procent, dan heeft u een jaarlijks inkomen van vierhonderd euro. En daar hoeft u niets voor te doen. Dat is een passief inkomen.

Netwerkmaking biedt de mogelijkheid om een passief inkomen op te bouwen. Dat inkomen komt uit de omzet van uw netwerk. Als mensen in uw netwerk producten aanschaffen krijgt u een percentage van die omzet. Daar hoeft u zelf niets voor te doen en het is

kunt kijken. Maar wat kan het voor u betekenen als u er mee wilt werken? Waar moet u op letten als u een netwerkmakingbedrijf gaat kiezen om mee samen te werken? We zullen nu wat nader ingaan op deze vragen.

Duurzaam inkomen

Als u geen duurzaam inkomen heeft kan dat een bedreiging zijn voor het welzijn van u en uw gezin. Wat gebeurt

er als u door welke omstandigheden dan ook vanaf morgen geen inkomsten meer krijgt? Ondernemers, freelancers en interim-managers kennen het verschijnsel van steeds wisselende inkomsten. Banken zijn niet voor niets terughoudend met het verstrekken van leningen aan mensen met een onregelmatig inkomen.

Hoe constant is uw inkomen? Weet u hoe uw inkomsten eruit zien in de ko-

mus een passief inkomen. Het opbouwen van een netwerk kunt u vergelijken met het opbouwen van een kapitaal bij de bank. Als u uit netwerkmaking een inkomen van duizend euro per maand ontvangt, dan is dat vergelijkbaar met een fictief kapitaal op de bank van driehonderdduizend euro! (uitgaande van vier procent rente)

Inkomen per maand	Spaargeld op de bank
€ 50	€ 15.000
€ 200	€ 60.000
€ 800	€ 240.000
€ 1.500	€ 450.000
€ 2.500	€ 750.000
€ 4.000	€ 1.200.000
€ 6.000	€ 1.800.000
€ 10.000	€ 3.000.000
€ 25.000	€ 7.500.000

Bij een inkomen van € 200, eigenlijk maar een bijverdienste, heeft u toch al iets opgebouwd ter waarde van € 60.000!

mende veertig jaar? Veel mensen kunnen nauwelijks vijf jaar vooruit kijken als het om de zekerheid van hun inkomen gaat. Welk risico loopt u daarvoor? En uw gezin?

Door onregelmatigheden zal er, als u met pensioen gaat, een tekort kunnen ontstaan en heeft u met grote waarschijnlijkheid niet de verwachte zeventig procent van uw laatste inkomen. Bijna iedereen die 65 wordt ziet zijn inkomsten aanzienlijk veranderen. En meestal is het dan minder dan u gewend was.

Maar wat betekent dat nu eigenlijk, een duurzaam inkomen?

minimale fluctuaties

U heeft vaste lasten en een regelmatig uitgavenpatroon. Daarom wilt u een constante stroom aan inkomsten, zodat u niet elke maand voor verrassingen komt te staan. Fluctuaties in inkomen van maand tot maand geven onrust en onzekerheid en leiden tot stress.

Hoe worden variaties vermeden bij netwerkmaking? Voornamelijk op

twee manieren: door een grote spreiding en door de juiste keuze voor een product. Als het product onderdeel is van de eerste levensbehoefte van mensen zal er altijd een voldoende en constante afname zijn. Luxe artikelen geven minder zekerheid en ook meer fluctuaties. Een grote spreiding bereiken we door een groot netwerk. Uw inkomen bestaat uit heel veel kleine stukjes, percentages van omzetten in uw netwerk. Hoe groter het netwerk, hoe kleiner de fluctuaties. Zeker als uw netwerk zich internationaal uitstrekt zijn de variaties minimaal.

continuïteit

Continuïteit is met name op de lange termijn belangrijk. U heeft nog tientallen jaren voor de boeg en het is in uw belang om ervoor te zorgen dat uw inkomen niet afhankelijk is van uw leeftijd of van wat u fysiek nog kunt doen.

Met een vast uitgavenpatroon heeft u een regelmatig inkomen nodig. Ook kunt u met een vast inkomen uw uitgavenpatroon beter plannen en gemakkelijker verplichtingen aangaan voor een langere periode, zoals een hypotheek.

Netwerkmarketing geeft de mogelijkheid om een passief inkomen op te bouwen. Deze wordt doorgaans in de vorm van royalty's uitbetaald. Net als in

de boeken- en platenwereld krijgt u levenslang betaald voor éénmalig goed verricht werk. Een ander voordeel van royalty's is dat ze overerfbaar zijn zodat u niet alleen voor uzelf iets opbouwt maar ook voor uw erfgenamen.

inflatiebestendig

Door de inflatie nemen prijzen toe en uw inkomen zal op zijn minst met de inflatie moeten meegroeien om geen koopkrachtverlies op te lopen. Om de inflatie te volgen is het nodig dat het inkomen dus een minimale groei laat zien.

Als u een inflatiebestendig passief inkomen wilt opbouwen, moet u kiezen voor producten die meegroeien met de inflatie. Ook hiervoor is een product in de eerste levensbehoefte een goede keuze. Dit in tegenstelling tot producten die gebaseerd zijn op nieuwe technologische ontwikkelingen. Dergelijke producten hebben de neiging steeds goedkoper te worden. U bent dan gedwongen om actief bezig te blijven om uw inkomen te laten groeien en dat druipt in tegen het idee van een passief inkomen.

ongevoelig voor omgevingsfactoren

We kennen allemaal de economische gevolgen van oorlogen, aanslagen,

natuurrampen en recessies. Een duurzaam inkomen is ongevoelig voor dergelijke invloeden.

Uit de omzetcijfers van veel netwerkmarketingbedrijven blijkt dat juist in economisch mindere tijden, steeds meer mensen zich aansluiten. Netwerkmarketing profiteert daarmee zowel van goede als van slechte economische omstandigheden.

U ziet dus dat netwerkmarketing, zeker op langere termijn, een duurzaam inkomen oplevert. Naast een duurzaam inkomen, heeft u ook volledige controle over uw inkomen. U kunt zelf bepalen hoe hoog het inkomen moet zijn. U bent niet afhankelijk van anderen; u heeft alles in eigen hand. Dat maakt het voorspelbaar, veilig en geeft zekerheid, vooral op lange termijn.

Natuurlijk bent u wel afhankelijk van het voortbestaan van het netwerkmarketingbedrijf, de fabrikant. Het is daarom aan te raden om een bedrijf te kiezen dat al minimaal tien jaar succesvol is, in een groeiemarkt opereert, gedreven door zoveel mogelijk trends, en een verbruiksproduct levert in de eerste levensbehoefte van mensen, of op zijn minst daar dicht tegenaan ligt.

Netwerkmarketing geeft iedereen de kans om een solide en duurzame bron van inkomsten op te bouwen, zonder het huidige inkomen in gevaar te brengen. En u heeft de zekerheid dat als u kiest voor deze nieuwe carrière, dat niemand u ooit nog kan ontslaan.

DE DRIJVENDE KRACHT VAN NETWERKMARKETING

Direct Sales en netwerkmarketing hebben zich gestaag ontwikkeld sinds het begin van de jaren zestig. De basis is het idee dat mond-tot-mond reclame het beste werkt, en dat tevreden consumenten de beste verkopers zijn. Om dit mechanisme optimaal te benutten zijn er drie zaken nodig om het proces te versterken en te ondersteunen:

- een product dat opgaat, een verbruiksproduct, liefst in een groeiemarkt,
- een uniek product waar eigenlijk geen concurrentie voor bestaat,
- en een product dat emotie oproept zodat mensen spontaan en enthousiast erover gaan vertellen

Deze drie aspecten verhogen de effectiviteit van netwerkmarketing. Met elk bedrijf dat deze ingrediënten in zich heeft kunt u een goed inkomen opbouwen.

Verder is het belangrijk dat een bedrijf eigen producten verkoopt. Sommige

netwerkmarketingbedrijven verkopen producten voor een andere leverancier. Daarmee zijn ze slechts één van de verkoopkanalen voor een leverancier. U heeft daarmee het risico dat de leverancier kan besluiten het verkoopkanaal op te heffen omdat het niet voldoende effect of resultaat oplevert.

Bij voorkeur zoekt u een bedrijf uit wat meelift op zoveel mogelijk trends en dus in een groeiende markt opereert. Bijvoorbeeld in een markt die de behoeften dekt van de babyboom generatie.

Tenslotte is het van belang dat het product meegroeit met de inflatie en dus niet steeds goedkoper worden. PC's zijn bijvoorbeeld door de jaren heen in prijs nagenoeg gelijk gebleven. Wel is de functionaliteit toegenomen maar een PC kost al zeker vijftien jaar lang ongeveer € 2000. Relatief worden ze dus steeds goedkoper en dat is geen goede basis voor een passief inkomen.

Waardering en Beloning

Oorzaak nummer één om van baan te veranderen is waardering, of liever gezegd het ontbreken daarvan. Mensen voelen zich onderbetaald, krijgen geen waardering, horen alleen maar commentaar als iets niet goed is en voelen zich daardoor weinig gerespecteerd door collega's of leidinggevenden. Bovendien is hun beloning niet direct gekoppeld aan hun persoonlijke prestaties. Als iemand persoonlijk groeit en daardoor beter presteert, gaat dat vaak sneller dan zijn groei in salaris. U loopt daardoor vast in uw loopbaan, u kunt niet verder promoveren.

Daarnaast is er vaak een concurrentiestrijd gaande tussen afdelingen en collega's onderling, of tussen directie en werknemers. Dit zorgt voor onnodig veel spanningen en stress. En dat is dan ook oorzaak nummer twee waarom

veel werknemers besluiten om te vertrekken en op zoek te gaan naar een werkomgeving met meer waardering en minder stress.

Ondanks alle goede redenen om ander werk te zoeken, kleven er ook nogal wat nadelen aan het veranderen van baan, zeker als u daardoor zou moeten verhuizen. U verliest een groot deel van uw sociaal leven. Uw kinderen zullen naar een andere school moeten en wellicht dat uw partner ook op zoek moet naar ander werk. Bovendien, door het steeds wisselen van werkgever, loopt u het risico een pensioentekort op te lopen.

Veel mensen die voor een baas werken zijn niet bijzonder tevreden met de arbeidsverhoudingen. Eerste en tweede generatie systemen zijn daar vaak de directe oorzaak van. U bent daar vaak ondergeschikt aan het te bereiken doel van uw baas: eerst tevreden klanten en aandeelhouders, dan pas tevreden werknemers.

Wat betreft beloning en waardering heeft netwerkmarketing u veel te bieden.

- Er is een directe koppeling tussen uw persoonlijke prestatie en de beloning die u daarvoor ontvangt.
- Mensen waarderen u en hebben respect voor u omdat u ze helpt met het bereiken van hun eigen succes.
- Uw beloning is niet afhankelijk van de (wan)prestaties van anderen.
- Omdat het systeem draait om elkaar helpen is er geen concurrentie tussen collega's, maar juist meer gelijkheid en synergie in de samenwerking.
- Onafhankelijk van iemands achtergrond of opleiding, iedereen heeft gelijke kansen om te bereiken wat hij wil.
- Netwerkmarketing is vooral een eerlijk en ethisch systeem. Het is tenslotte een vierde-generatie systeem.

Een goed uitgevoerd marketingplan trekt mensen aan die zich identificeren met het bedrijf en met de beloningsstructuur. Het resultaat is een aangename werkomgeving met collega's die bewust voor dezelfde manier van leven en werken hebben gekozen. Als u een

bedrijf weloverwogen kiest zult u zich er ook direct thuis voelen.

Persoonlijke Ontwikkeling

Er zijn nog meer redenen om van baan te wisselen. Als u bijvoorbeeld geen uitdaging meer ziet in uw werk. Als het eentonig is geworden. U heeft uw top bereikt bij uw huidige baas en uw loopbaan stagneert. U kunt niet meer door-

Hoort u ook bij die mensen die zestig uur per week of meer druk bezig zijn om 'succesvol' te zijn?

groeien en u heeft geen kans op promotie. U zit op de top van een berg en kijkt het landschap rond, op zoek naar een hogere berg die u kunt gaan beklimmen.

Met netwerkmarketing kunt u onbeperkt groeien, zowel in inkomen als ook in persoonlijke ontwikkeling. Het is een 'peoples business' waar u meer succes krijgt naarmate u zichzelf persoonlijk ontwikkelt.

Persoonlijke groei is niet alleen een voorwaarde om succes te krijgen, netwerkmarketing stimuleert u ook om uzelf te ontwikkelen:

- Netwerkmarketing is mensenwerk. U bent bezig anderen te helpen met het bereiken van hun dromen en doelen in het leven.
- U werkt zelfstandig op eigen initiatief. U bent eigen baas en u begeleidt dus ook uzelf. U bent uw eigen leermeester.
- Uw persoonlijke ontwikkeling is een voorwaarde voor zakelijk succes. Uw zakelijk succes stimuleert uw persoonlijke ontwikkeling.
- Samenwerking vindt plaats op zowel rationeel, sociaal en geestelijk niveau en u zult zich daarom op elk niveau verder ontwikkelen.
- Omdat achtergrond niet belangrijk is kan iedereen met netwerkmarketing beginnen. U komt dus heel veel verschillende mensen tegen wat het werk veelzijdig en aantrekkelijk maakt.

Persoonlijke groei is niet in geld uit te drukken. Veel mensen starten met netwerkmarketing vanwege de financiële vooruitzichten maar geven aan op lan-

gere termijn meer waarde te hechten aan de verrijking van hun persoonlijkheid en in de manier zoals ze met anderen omgaan.

Lifestyle

Hoort u ook bij die mensen die veertig tot zestig uur, of meer, per week druk bezig zijn om 'succesvol' te zijn? Kunt u zich voorstellen hoe het zou zijn als u al

uw rekeningen heeft betaald, u werkt maximaal twintig uur per week en u heeft dan nog voldoende middelen over om datgene te doen wat u echt belangrijk vindt? Wat zou dat voor u betekenen? Wat gaat u dan doen? Heeft u daar al eens over nagedacht?

Dat is de lifestyle die netwerkmarketing kan bieden. Kan bieden, want het is beslist niet voor iedereen weggelegd. Gemiddeld haalt zo'n vijf procent van de netwerkmarketeers deze luxe. Dat lijkt wellicht niet veel. Aan de andere kant heeft netwerkmarketing meer miljonairs voortgebracht dan welke andere industrie dan ook. Niemand zegt dat het gemakkelijk is maar de mogelijkheden zijn hier wel het grootst.

Maar ook als u niet bij deze vijf procent hoort, is er toch altijd nog zo'n twintig procent van de marketeers die met parttime werken een fulltime inkomen genereren. Een inkomen dat vergelijkbaar of iets hoger is dan wat u gewend was. U heeft alle voordelen van een duurzaam inkomen, hoge waardering, persoonlijke ontwikkeling en een stressloos leven. Bovendien heeft u veel meer vrije tijd om echt te leven. U kunt dan pas echt zeggen: "Ik leef niet om te werken, maar ik werk om te leven!".

Is Netwerkmarketing uw Nieuwe Carrière?

Er zijn talloze redenen voor mensen om over te stappen op een nieuwe carrière in netwerkmarketing. Een aantal daarvan hebben we hiervoor al genoemd maar zeker niet allemaal. Dat kan ook niet. We zullen hier nog even een aantal situaties bespreken waarin mensen doelbewust hebben gekozen voor netwerkmarketing als nieuwe carrière.

Mensen met een goede positie in het bedrijfsleven, vaak een management

positie, zijn meestal een aantal keren van baan gewisseld en zo uiteindelijk hier terechtgekomen. Hoewel zij niets te klagen hebben over hun inkomen, vragen zij zich wel af of ze zo nog wel twintig jaar door willen gaan. Dergelijke posities vragen veel tijd en inzet en leveren daarnaast ook nog vaak stress op. Het antwoord is dan ook meestal NEE. De stress wordt teveel, zij hebben te weinig tijd voor hun gezin, zijn altijd van huis, zien ook geen uitdagingen meer, en het ergste is nog dat er ook geen waardering is voor hun inzet.

Waar doe ik het eigenlijk allemaal voor? En wat zijn de vooruitzichten? Wordt het binnenkort beter? Misschien dan op langere termijn? Wil ik dit zo wel blijven doen?

Kleine zelfstandigen, freelancers of interim-managers, zijn constant bezig met acquisitie om aan het werk te blijven. Geen klanten betekent geen inkomen. Er ontstaat leegloop in de onderneming door de huidige slechte economische tijden. Deze mensen gaan zoeken naar activiteiten om hun tijd nuttig te besteden met iets wat inkomen oplevert en flexibel genoeg is om te parkeren als er weer werk is. Op die manier dempt u de fluctuaties van een onregelmatig inkomen en creëert u meer zekerheid. Met netwerkmarketing kunt u iets opbouwen, elke keer als u er mee bezig bent, en het gaat niet verloren als u er even mee stopt.

Steeds meer goed gekwalificeerde mensen worden werkloos door reorganisaties. Zij zijn vaak duur op de arbeidsmarkt en kunnen soms nog wel aan de slag op een interim positie. Maar hoe groot is de kans om weer aan de slag

te komen? En verdien ik dan genoeg om mijn vaste lasten te dekken? Deze mensen gaan buiten hun kaders kijken en vinden in netwerkmarketing wat ze zoeken. Waarom zou ik nog terug naar het traditionele bedrijfsleven? Welke zekerheid heb ik daar?

Door regelmatig te wisselen van baan kunnen mensen een aanzienlijk pensioentekort oplopen. Zoals we hebben gezien is netwerkmarketing een uitstekende pensioenvoorziening. Gemiddeld werkt iemand vier tot zeven jaar voor dezelfde baas. Als u zolang werkt met

netwerkmarketing dan heeft u een passief inkomen opgebouwd, genoeg om met pensioen te gaan, als u dat wilt. Dan is netwerkmarketing beslist uw laatste baan.

Samengevat biedt netwerkmarketing een plaats waar iemand flexibel kan werken, parttime, samen met veel positieve mensen, zonder stress, vanuit huis, en met als resultaat een passief inkomen dat gewoon doorloopt ook na uw pensioenleeftijd en zelfs overerfbaar is.

DAGELIJKSE ACTIVITEITEN BIJ NETWERKMARKETING

Netwerkmarketing is voor vele iets geheel nieuws en om een goede keuze te kunnen maken is het natuurlijk belangrijk om te weten hoe het normale dagritme eruit gaat zien. Zitten daar de activiteiten in die u leuk vindt, goed kunt en dus ook graag wilt doen? Eigenlijk past het niet bij netwerkmarketing om u een dagtaak voor te schrijven, maar we zullen toch een overzicht geven van de mogelijke activiteiten die mensen doorgaans binnen netwerkmarketing dagelijks doen.

Net als elk ander bedrijf kent netwerkmarketing een aantal bedrijfsprocessen. Voor uw eigen netwerk bent u verantwoordelijk voor het managen hiervan. Hiernaast staat een overzicht van de meest belangrijke activiteiten die daaruit voortvloeien. Elk netwerkmarketingbedrijf heeft interne opleidingen en trainingen om u bij deze taken te ondersteunen. En verder krijgt u natuurlijk individuele begeleiding van uw sponsor en uw upline.

Marketing & Reclame
strategie bepalen om doelgroep te benaderen, reclamecampagnes definiëren en opstarten, contracten afsluiten en evalueren, meten van effectiviteit van reclamecampagnes
Werving & Selectie
offertes aanvragen, advertentieteksten opstellen, adverteren, reacties evalueren, selecteren, gesprekken voeren, voorlichten, inschrijven
Begeleiding & Opleiding
distributeurs helpen met opstarten en plannen, individueel coachen, groepstrainingen organiseren, knelpunten signaleren en oplossen
Organisatie
groei, samenwerking en resultaten evalueren, bijsturen, plannen, tools ontwikkelen