



Die Idee des Network-Marketings

Der Grundgedanke beim Network-Marketing (NWM) oder auch Multi-Level-Marketing (MLM) ist der, dass zufriedene Kunden mit „Geschenken“ (Provisionen) dazu animiert werden, die von ihnen verwendeten Produkte weiterzuempfehlen, und die neu gewonnen Kunden wiederum zu unterstützen, die Produkte ebenfalls weiterzuempfehlen. Auch hier verdient der ursprüngliche Kunde über eine kleinere Provision mit. Das Unternehmen spart so sehr viel Geld für Marketing und Vertriebspersonal. Der Zwischenhandel und damit die Handelsspanne des Zwischenhandels entfällt komplett. Die eingesparten Gelder werden in Form von Provisionen für das Network zur Verfügung gestellt. Es besteht eine sehr hohe Kundenbindung, und passives Einkommen bis hin zu durchaus lukrativen Größenordnungen sind für jeden grundsätzlich möglich.

Beratungsintensive und hochwertige Produkte eignen sich sehr gut für diese Vertriebsart. Am besten sind Produkte geeignet, die der Kunde verbraucht. Denn mit diesen Produkten lässt sich am einfachsten ein kontinuierlicher Geldfluss generieren. Hierzu zählen z.B. Nahrungsmittel, Nahrungsergänzungsmittel, Kosmetika, Tiernahrung, Reinigungsmittel etc.

Oft wird Network-Marketing aus Unverständnis fälschlicher Weise als Schneeballsystem bezeichnet. Da Schneeballsysteme stets zum Scheitern verurteilt sind, und das jeder schon einmal gehört hat, stehen viele Menschen der Idee des Network-Marketings skeptisch gegenüber.

Beim Schneeballsystem werden in aller Regel nur fiktive Dinge „erworben“ als Anrechte auf Provisionen, wenn weitere Partner geworben werden für das System.

Beim Network-Marketing dagegen werden echte Produkte gehandelt, benutzt und im optimalen Fall auch schnell verbraucht. Idealerweise handelt es sich um einzigartige Produkte, die es nicht vergleichbar über andere Quellen zu beziehen gibt. Zudem ist es bei einem seriösen Unternehmen immer gegeben, dass jeder neue Geschäftspartner genau die gleichen Chancen hat – sprich, Geschäftspartner, die später einsteigen, können genauso viel oder auch viel mehr verdienen, als die Geschäftspartner, die schon länger dabei sind.

Sind die Produkte wirklich gut, wächst das Handelsvolumen des Unternehmens und die Anzahl der registrierten Partner exponentiell.