

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Initiative 20
Nebentätigkeit 20 | mach es einfach!

ZKZ 66685

„WILL MAN ÜBER
NACHT REICH
WERDEN, IST MAN
HIER FALSCH!“

Elvira Haslinger

Die Homeparty Queen



Hyla Germany und
Austria weiterhin auf
Wachstumskurs.



Prof. Dr. Michael Zacharias:

Das neue Buch:
Network-Marketing PRO &
KONTRA – Start der
exklusiven Lesernutzenserie
in dieser Ausgabe.



Dr. Nathalie Mahmoudi:

So können Network-Marketing-
Solo-Selbstständige
Fördermittel für Corona-
Einkommensverluste
beantragen.



Vicki Sorg:

„PM We Care“ erweitert Hilfsaktion
„Bildung für Kinder in Peru“ in ein
regionales 15-Jahre-Entwicklungsprojekt.



Matthias Horx:

Vor dem Virus sind
wir alle gleich.
Überlegungen zu der
Zeit vor, während
und nach Corona.





DIE HOMEPARTY-QUEEN

Elvira Haslinger ist als Coach, Trainerin und Referentin die gefragte Expertin für den Vertriebsaufbau mit Homepartys. Vor vielen Jahren hat sie selbst Hunderte Verkaufspartys gehalten und für ein internationales bekanntes Direktvertriebs-Unternehmen eine große Organisation aufgebaut. Als Sales Managerin und Nationaltrainerin war sie verantwortlich für den Vertriebsaufbau und die Aus- und Fortbildung der Beraterinnen und Leader in Österreich. Für das Unternehmen gründete sie die erste Trainings-Akademie mit dem Ziel, Führungskräfte und deren Nachwuchs für ihre Aufgaben professionell vorzubereiten, um den kontinuierlichen Teamaufbau zu forcieren. Als Coach hat sie viele von ihnen bis zur höchsten Stufe der Karriereleiter begleitet.

Heute arbeitet Elvira Haslinger freiberuflich und firmenneutral als Business Coach und Trainerin für bekannte Direktvertriebs-Unternehmen. Sie sieht sich als Mentorin, Impulsgeberin und Mutmacherin für Frauen, die ihre Träume verwirklichen wollen. Für sie hat Elvira Haslinger das Buch „Die Homeparty-Queen“ geschrieben. Network-Kar-

riere-Herausgeber Bernd Seitz hat mit der Autorin gesprochen.

Network-Karriere: Ihr Buch „Die Homeparty-Queen“ handelt von Frauen im Direktvertrieb. Was ist mit den Männern? Können oder wollen Männer keine Homepartys machen?

Elvira Haslinger: Männer können genauso erfolgreich Homepartys machen. Trotzdem besteht der größte Anteil in diesem Business aus Frauen. Darum habe ich im Buch öfter die weibliche Form verwendet. Ein Aspekt ist sicher das Thema Kinderbetreuung, warum mehr Frauen Homepartys machen. Viele Mütter wollen die ersten Jahre bei ihren Kids zu Hause sein, wenn es irgendwie geht. Nicht wenige haben später Probleme, in ihren Beruf zurückzugehen. Der Direktvertrieb bietet ihnen die Chance, Familie und Beruf ideal zu vereinbaren.

Andere Aspekte sind oft finanzielle Probleme, die das Familienbudget belasten. Fällige Raten für das Leasing-Auto, hohe Mietkosten, Hypotheken für Eigentum, Dispo-Kredite, die es abzustottern gilt, Ausbildung der Kinder, geplante Urlaube mit der Familie etc. Einige hundert Euros

monatlich mehr im Haushaltsbudget zur Verfügung zu haben verbessert das Leben dieser Menschen. Dafür muss man im Direktvertrieb kein Verkaufsgenie sein oder seinen Hauptjob aufgeben. Nebenberuflich starten mit geringem finanziellen Aufwand, Zeit und Verdienst selbst bestimmen, von seinem Sponsor an die Hand genommen werden, ist das große Plus im Direktvertrieb.

NK: Die Network-Karriere ist eben mit der Initiative Nebentätigkeit 2020 gestartet, deren Ziel es ist, einer breiten Bevölkerungsschicht aller Altersgruppen die Möglichkeiten einer zeit- und ortsunabhängigen Nebentätigkeit im Direktvertrieb aufzuzeigen – Männern und Frauen also, die ihre Haushaltskasse aufbessern wollen, aber bisher noch nie mit dem Direktvertrieb und damit auch Homepartys zu tun hatten. Was sollten die Neueinsteiger beachten?

Elvira Haslinger: Die wichtigsten Punkte habe ich im Buch zusammengefasst. Ich empfehle, dass man sich das Unternehmen genau anschaut, dessen Philosophie und Markenauftritt, den Vergütungsplan, die

Einstiegskosten sowie die Angebote an Schulungen und Betreuung des Teams. Absolut wichtig sind die Produkte und deren Nutzenversprechen für die Kunden. Diese gilt es am besten vorher zu testen. Nur wenn die Neueinsteiger davon begeistert sind, werden sie die Produkte erfolgreich verkaufen und Nachkäufe bei ihren Kunden generieren.

Im Internet findet man Bewertungen zu Produkten und vieles mehr. Die meisten Unternehmen stellen den Vergütungsplan und mögliche Einstiegskosten auf ihre Website. Auf Social Media kann man Aktivitäten des Unternehmens folgen, wie z. B. auf Facebook, Instagram, YouTube.

NK: Gut, wir glauben, die richtige Firma, die uns begeisternden Produkte und jemanden gefunden zu haben, der oder die uns an der Hand nimmt und in das Geschäft einführt. Ist die erste Homeparty der sprichwörtliche Sprung ins kalte Wasser?

Elvira Haslinger: Bei mir war das so wie bei den meisten Anfängern: Was hatte ich Angst zu versagen! Ich habe zu den Gästen auf der Party gesagt: „Ich bin neu, kann Ihnen heute

vielleicht (noch) nicht alle Fragen beantworten, gebe jedoch mein Bestes!“ Die Gäste klatschten und trugen mich bis zum Schluss auf einer Welle von Sympathie und Herzlichkeit. Alles ging gut. Mit drei Folgebuchungen und gutem Verkaufsumsatz ging es nach Hause. Nach meiner dritten Party war alle Angst weg. Im Nachhinein lächelte ich nur mehr darüber. Augen zu und durch, sage ich jeder neuen Beraterin! Es ist eine große Hilfe, wenn der Sponsor die Neue auf die erste Party begleitet, wenn notwendig, auch noch die nächste. Aber dann muss sie alleine springen! Learning by doing!

NK: Die Party-Termine fallen bekanntlich nicht vom Himmel. Wen sollte man zunächst auf sein neues Geschäft ansprechen?

Elvira Haslinger: Die Kontaktliste ist heute genauso wichtig wie früher! Ob diese auf dem Handy, am Laptop oder Papier steht ist egal. Hauptsache es gibt sie, wird aktiv bearbeitet und schläft nicht in den Tod hinein. Ich rate jeder Neuen: „Nimm dir von der Liste zuerst fünf bis sechs Namen von Menschen, die dir besonders nahe stehen, z. B. deine besten Freundinnen. Bitte sie dir dabei zu

helfen, dein Business erfolgreich zu starten. Sie sind deine ersten VIP-Gastgeberinnen, die ein paar Gäste einladen. Damit geben sie dir die Chance, deine tollen Produkte zu präsentieren. Bei einem Glas Prosecco erleben diese einen interessanten, lustigen Abend, verbunden mit einem einmaligen Einkaufserlebnis, entspannt im geschützten Rahmen mit Wohlfühlambiente – frei von Verkaufsdruck und Stress!

NK: Was tun, wenn unter den Bekannten Bedenkenträger sind, die den Direktvertrieb als unseriös ansehen oder wenn der Partner nicht möchte, dass man mehrmals in der Woche tagsüber oder abends Verkaufspartys veranstaltet?

Elvira Haslinger: Das kommt vor. Die Aufgabe des Sponsors ist es, die Neueinsteiger auf diese Situationen gut vorzubereiten. Sie lernen von ihm die richtigen Fragen zu stellen,



zum Beispiel: „Was meinen Sie genau mit unseriös?“ oder „Welche Erfahrungen haben Sie gemacht, weil Sie so denken?“ Hier gilt es genau hinzuhören, welche Antworten kommen. Gute Argumente helfen diese Bedenken meistens auszuräumen. Jedoch nicht alle Bedenkenträger lassen sich vom Gegenteil überzeugen. Das ist zu akzeptieren. Mit dieser Vorgehensweise sind die Neuen gut gewappnet und schützen sich damit selbst gegen möglichen Selbstzweifel und Ängste. Mit einem Partner an der Seite, der negativ eingestellt ist, rate ich jeder neuen Beraterin: „Hole ihn ins Boot!“ Das geht am besten mit einem Gespräch in netter Atmosphäre, zum Beispiel bei einem Essen im schönen Restaurant. Rede mit ihm über gemeinsame Lebensträume, Freizeitgestaltung, Urlaubswünsche der



Kleidung, Blumen etc. Deshalb: Sage was du willst und du bekommst was du willst!

NK: Die ersten Party-Termine stehen. Doch wie werden die Produkte erklärt? Wie ist der ganze Ablauf? Wird man zunächst geschult? Gibt es typische Homepartyfehler, die man keinesfalls machen sollte?

Elvira Haslinger: Lieber Herr Seitz, das sind viele Fragen auf einmal!

Jedes Produkt hat einen Nutzen und Mehrwert für den Kunden. Entweder bietet es eine Lösung für ein Problem oder es erfüllt einen Wunsch. Beispiel: Eine Kundin will eine teure Prada-Handtasche, weil sie ihr gefällt. Ist ein Wunsch. Sie hat kein Problem diese zu kaufen, sie hat das Geld. Ein Problem hätte sie, wenn sie die Tasche nur will um nach außen als reiche Lady zu wirken, jedoch das Geld nicht hat. In diesem Fall bräuchte sie eine Lösung. Die erwartet sie sich von der Verkäuferin im Geschäft. Vielleicht kann diese ihr eine preiswertere Tasche anbieten, die nach außen genau dieselbe Wirkung hat für die Kundin.

■ Kunden kaufen in der Regel nicht das teuerste Produkt, sondern das Produkt dessen Nutzen sie sofort verstehen! Am besten geht das mit Storytelling. Die Geschichten sind leicht zu finden: Selbsterfahrung der Beraterin und Erfahrungen ihrer Kunden. Letztere hat sie anfangs wenige. Bei Bedarf erzählt

sie deshalb Storys von ihren Kolleginnen. Die hört sie am Teamtreffen und in Schulungen. Mit jeder Homeparty füllt sich der Topf mehr und mehr mit Erfahrungen ihrer eigenen Kunden und Gastgeberinnen.

■ Ablauf der Homeparty: Bei der Einschulung übergibt der Sponsor den Neuen einen kurzen Leitfaden. In Stichwörtern stehen darauf die wichtigsten Punkte: Vorbereitung, Be-

grüßung, Vorstellung, Philosophie des Unternehmens, Produktpräsentation, Gastgeberinnen-Programm, Verkaufsphase, Folgebuchungen, Interesse für den Job wecken, Empfehlungen erfragen, Infos zu Lieferung und Bezahlung, Schlussrunde und verabschieden. Dieser rote Faden hilft immer!

■ Vermeidbare Fehler auf der Homeparty: zu viele fachliche Infos geben, zu lange Storys zu Produkten,

VITA

Elvira Haslinger

Stets am Punkt der Zeit zu ihren Themen zu sein hat für Elvira Haslinger als Coach und Trainerin oberste Priorität. Nur so kann sie mit Einbindung ihrer eigenen Erfahrung den höchstmöglichen Mehrwert für ihre Kundinnen und Kunden stiften.

Die Ausbildung zum Dipl. systemischen Coach und zur Trainerin der Erwachsenenbildung (WKÖ Salzburg) war für Elvira Haslinger die wichtigste Erfahrung in ihrer Persönlichkeitsentwicklung. Hinzu kommen zahlreiche Fortbildungen zu Themen wie Management, Verkauf, Kommunikation, Leadership, FiSH, Moderation, Auftritt. Seit zwei Jahren konzentriert sich Elvira Haslinger in ihrer Fortbildung verstärkt auf Storytelling für Kundengewinnung und Online-Business im Coachingbereich.

www.elvira-haslinger.com





Ziel: neue Gastgeberinnen, Stamm-Gastgeberinnen aktivieren, Kundinnen zu Gastgeberinnen machen, auf jeder Party mindestens eine bis zwei Folgebuchungen bekommen. Wird passives Einkommen gewünscht, geht ein Auge auf neue Teammitglieder. Ich kenne Beraterinnen, die ihre Termin kalender sechs bis neun Monate im Voraus voll haben. Ausgebuchte Beraterinnen sind mehr als gefragt. Warum ist das so? Was machen sie anders als die Anderen, nämlich besser? Ihre Außenwirkung ist genau das, was Gäste und Gastgeberinnen sich von der Beraterin erwarten: Freundlichkeit, Wertschätzung, Akzeptanz, Hilfsbereitschaft, Begeisterung, Pünktlichkeit, fachliche und soziale Kompetenz, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit. Eine Beraterin mit Hirn, Herz und Humor!

NK: Viele Direktvertriebe sprechen von einem aktiven und passiven Einkommen. Würden Sie das bitte erklären?

Elvira Haslinger: Aktives Einkommen ist die monatliche Provision aus Eigenumsatz. Passives Einkommen ist die Vergütung für den Teamaufbau. Beides errechnet sich nach aktuellen Status des Vergütungsplanes.

NK: Die Direktvertriebs-Firmen investieren viel Geld in die Aus- und Weiterbildung ihrer Vertriebspartner. Sollte man sich die Zeit für diese Angebote nehmen?

Elvira Haslinger: Nicht nur Produkt- und Verkaufsschulung, auch Persönlichkeitsentwicklung und Unternehmerwissen, Zeitmanagement, Steuern usw. sind wichtig für den Erfolg im Business. Ich rate jedem Teammitglied, alle Schulungen zu besuchen. In meinen Trainings erarbeiten wir uns gemeinsam z. B. den Kunden Avatar. Daraus ergeben sich die tollsten Storys zu Produkten, der Nutzen ist für die Kunden sofort verständlich. Wir entwickeln den persönlichen Pitch der Beraterin, um sofort Interesse bei den Gästen zu wecken, wir üben das genaue Handling der Meinungskarte, das Buchen auf der Party, Einwände und Argumente und vieles mehr.

Genauso wichtig ist die Teilnahme am monatlichen Teamtreffen!

Hier passiert Erfahrungsaustausch unter Kolleginnen. Die Teammanagerin hat die aktuellen News, man holt sich Inspiration, Motivation und neue Ideen für mehr Erfolg. Das Wir-Gefühl wird gestärkt. Gemeinsam Freude und Spaß haben, fördert den Teamspirit!

NK: Kommen wir zu den Verdienstmöglichkeiten. Was kann man mit dem Homeparty-Geschäft verdienen?

Elvira Haslinger: Das ist abhängig vom persönlichen Engagement und Zeiteinsatz, ob man neben- oder hauptberuflich tätig ist, mit Team oder ohne ... Will man über Nacht reich werden, ist man hier falsch. In welchem Beruf geht das? Mit Begeisterung, viel Durchhaltevermögen und Fleiß ist es möglich, sich in ein bis zwei Jahren ein lukratives Business aufzubauen.

Hier ein einfaches Beispiel für die ersten drei bis sechs Monate, ab Start:

2 Partys pro Woche = 8 Partys im Monat/durchschnittlich einen Partysumsatz von 600 Euro
Persönlicher Verkaufsumsatz im Monat = 4.800 Euro, davon 25 Prozent = 1.200 Euro Provision!

Ich habe einen niedrigen Wert genommen. Meistens sind die Partysumsätze etwas höher. Die Provisionen werden nach dem aktuellen Status im Vergütungsplan berechnet. Das können 20, 30, 40 Prozent und mehr sein. Hat man ein Team, gibt es zusätzlich eine Vergütung für den Teamumsatz, z. B. sechs Prozent für die persönliche Gruppe und drei, zwei, anderthalb Prozent usw. für die Unterstufen, je nach Level. Es lohnt sich auf alle Fälle über Teamaufbau nachzudenken! Es gibt keine Einkommensgrenze nach oben. Dieses Beispiel zeigt: Es ist einfach, sich mit zwei Partys pro Woche die Haushaltskasse schnell aufzufüllen. Und das mit Spaß und Freude! Ein Zubrot von monatlich 500 Euro und mehr bedeutet für eine Familie: finan-

ziell sorgenfreier leben mit höherer Lebensqualität. Wohlstand bringt Menschen mehr Lebensfreude, Gesundheit und Wohlergehen. Es braucht dafür nicht unbedingt Millionen, große Villen und Lamborghinis. Den Sinn seines Lebens zu wissen, sein Potenzial für sich und zum Wohle anderer Menschen einzusetzen, das macht uns Menschen glücklich und zufrieden. Egal wie reich wir sind oder nicht.

NK: Sie waren früher sehr erfolgreich im Direktvertrieb tätig. Heute geben Sie Ihr Wissen als Coach und Trainer weiter. Warum sind Sie seinerzeit aus dem aktiven Direktvertrieb ausgestiegen?

Elvira Haslinger: Ich kenne alle Höhen und Tiefen im Business und habe diese selbst erfahren mit Hunderten gehaltenen Verkaufspartys und mit Teamaufbau. Als Vertriebsverantwortliche und Nationaltrainerin liebte ich meinen Job und gab



BUCHTIPP:

DIE HOMEPARTY QUEEN

Erfolgreich im Direktvertrieb – aus der Praxis für die Praxis

Verlag: Independently published
162 Seiten • 16,95 Euro
ISBN-13: 978-1096602460

keine Sprechpausen, wenig Blickkontakt, die Kaufabsicht nicht bemerken oder Angst davor haben, das Gespräch aus der Hand geben, auf Fragen der Gäste nicht reagieren, unpünktlich sein, das Gastgeberinnen-Programm nicht verständlich erklären, Empfehlungen nicht erfragen und Interesse für die Tätigkeit wecken.

NK: Der Homeparty-Umsatz ist wichtig, schließlich macht man das Geschäft, um nebenher etwas zu verdienen. Genauso wichtig ist es jedoch, aus dem Teilnehmerkreis neue Party-Termine zu generieren. Welche Vorgehensweise empfehlen Sie dafür?

Elvira Haslinger: Ich empfehle ein erprobtes Hilfsmittel auf der Party gezielt einzusetzen: Die „Meinungskarte“ – zum Ausfüllen für die Gäste und Gastgeberin. Diese erleichtert wesentlich das Buchen neuer Termine auf der Homeparty! Ich habe eine Methode dazu entwickelt und benenne sie als „visuelles Buchen“! Mit dieser Strategie kann eine Beraterin ihre Folgetermine verdoppeln und verdreifachen – ohne Druck für die Gäste! Genauer dazu steht im Buch und das ist auch einer der Schwerpunkte auf meinen Trainings.

NK: Irgendwann sind die „heißen Kontakte“, also die Familie, Freunde und Bekannten abgearbeitet und

mit etwas Glück haben sich daraus neben Verkaufsumsätzen auch neue Party-Termine ergeben. Wie geht es nun weiter? Wo finden sich jetzt neue Kontakte?

Elvira Haslinger: Ich empfehle jeder neuen Beraterin, schnell aus dem engsten Kreis der Familie und Freunde rauszugehen, indem sie die Gastgeberin bittet, neue Gäste einzuladen, die ihre Produkte noch nicht kennen. Sonst kann es passieren, dass gerade im engsten Kreis wiederholt dieselben Gäste sitzen. Der Verkaufsumsatz sinkt, die Gastgeberin bekommt nicht das gewünschte Geschenk, die Beraterin verdient weniger: Motivation im Keller! Neue Kontakte findet man wo immer man Menschen trifft. Gute Erfolge erzielen Beraterinnen auf regionalen Messen. Ein Tag der offenen Tür bei sich zu Hause bringt neue Partytermine. Jeder eingeladene Gast soll eine Freundin mitnehmen. Das funktioniert gut mit Ankündigung einer Verlosung von Produkten (Gewinnspiel). Gästeabende sind ebenfalls eine Quelle für neue Kontakte. Die beste Quelle ist und bleibt die Homeparty.

NK: Die ersten Erfolge sind da. Homepartys, Umsatz, Nachverkäufe und neue Partys schlagen sich in den Provisionsabrechnungen nieder. Geht das nun automatisch so weiter?

Elvira Haslinger: Jedes Business hat gute oder weniger gute Zeiten. Der Fokus hier bleibt stets auf dieses

alles. Je größer unsere Firma wurde, desto mehr bekam ich zusätzliche Aufgaben. Die hießen Zahlen, Daten, Fakten und Strategien-Entwicklung. Trainieren und Fördern von Tausenden Beraterinnen und erfolgreiches Coaching von Führungskräften benötigt viel Zeit und eine hohe Reisetätigkeit. Diese Zeit dafür hatte ich immer weniger, genauso wie für mein Privatleben. Unzufriedenheit stellte sich ein bei mir. Da ich nur das tun möchte, was mir Freude und Erfüllung in meiner Arbeit bringt, stand eine Neuorientierung an.

Seit zwölf Jahren arbeite ich als Trainerin und Coach freiberuflich und neutral für verschiedene bekannte Unternehmen. Ich will das Leuchten in den Augen der Menschen sehen, wenn sie mit meiner Unterstützung ihre Ziele erreichen und ihre Träume verwirklichen. Und ich möchte vielen Menschen im Direktvertrieb meine Erfahrungen weitergeben, sofern sie es wollen. Eine prall gefüllte Schatzkiste aus der Praxis für die Praxis! Dafür habe ich dieses Buch geschrieben.