



Gute Imagearbeit (nicht nur im Strukturvertrieb)

- ➔ Betreiben Sie professionelle Öffentlichkeitsarbeit (inkl. Internet-Aktivitäten, Kultur- und Sportsponsoring, sozialem Engagement)?
- ➔ Belohnen Sie Mitarbeiter, die besonders guten Service bieten und zufriedene Kunden haben?
- ➔ Lassen Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig in den Bereichen Produkt, Verkauf, Unternehmertum und Persönlichkeitsentwicklung extern schulen?
- ➔ Wählen Sie eine Vertriebsstruktur mit flachen Hierarchien?
- ➔ Verkaufen Sie Produkte nicht an Mitarbeiter, sondern an Kunden?
- ➔ Seien Sie gründlich und vorsichtig bei der Kundenauswahl. Noch heute ist der Abschluss von Geschäften im Freundes- und Bekanntenkreis ein weit verbreiteter Einstieg ins Geschäft. Diese Methode ist grundsätzlich nicht unseriös, kann bei schlechten Erfahrungen der Käufer aber zu erheblichen Imageschäden führen.
- ➔ Achten Sie darauf, dass Produktverkauf und Kundenbetreuung Vorrang vor Mitarbeiterwerbung haben.
- ➔ Wenn Sie mit freien Mitarbeitern arbeiten, wählen Sie diese verantwortungsvoll aus, schulen und begleiten Sie sie. Dies kann zu einem wesentlichen Erfolgskriterium werden und zum Imagegewinn beitragen. Denn wenn das Anwerben von Freunden und Bekannten Bestandteil einer Rekrutierungs- und Verkaufspolitik ist, die nur auf die kurzfristigen Umsätze des Beraters setzt, wird es unseriös.
- ➔ Seien Sie als Unternehmer oder Vertriebsleiter stets präsent – persönlich, im Internet, am Telefon, per Post und in der Presse.
- ➔ Üben Sie keinen psychologischen Druck auf Mitarbeiter und Kunden aus.
- ➔ Fordern Sie keine Mindestabnahme.