



Von Dr. Sven Goebel - veröffentlicht am 11. Feb. 2011

PROMOTEN VON EVENTS - EFFEKTIVE STRATEGIEN ZUR ERFOLGREICHEN VORBEREITUNG AUF EVENTS

Eine der wichtigsten Fähigkeiten um im Network Marketing Erfolg zu haben ist, erfolgreich und effektiv auf eine Veranstaltung hinzuarbeiten, um den maximalen Nutzen aus ihr zu ziehen.

Wann immer ein grösseres Event, eine Städtetour von Management oder Führungskräften oder auch regionale Seminare angekündigt werden wird es Zeit, sich ernsthaft in den Aktionsmodus zu versetzen. Die Frage, die Sie sich dabei stellen sollten ist die:

„Wie kann ich mein bestes zum Erfolg des angekündigten Events beitragen?“

Ach so, Sie denken *"Das ist doch nicht MEIN Job!"* – Dann sollten Sie generell Ihr Engagement in dieser Branche noch einmal überdenken und vielleicht besser gleich die Lokalzeitung zum Studium der Stellenanzeigen kaufen. Es könnte sein, dass Sie für dieses Geschäft nicht gemacht sind. Oder, Ihre Upline hat Ihnen noch nicht wirklich erzählt, warum folgendes gilt:

Die gewissenhafte VORBEREITUNG VON EVENTS hat im Network Marketing allerhöchste Priorität!

Ich habe das immer wieder beobachtet. Diejenigen unter uns, die es verstanden

haben, richtig und regelmäßig auf Veranstaltungen hinzuarbeiten, werden in diesem Geschäft erfolgreich und diejenigen, die das nicht tun – ganz sicher nicht. Es gibt ohne Events keinen Erfolg im Network Marketing. Ich spreche hier über LIVE Veranstaltungen! Sie sollten an ALLEN teilnehmen. Als Führungskraft sollten Sie KEINE EINZIGE AUSLASSEN – es gibt dafür auch KEINE Entschuldigungen. Die Hochzeit der Freundin Ihrer Frau oder das Anstreichen Ihrer Garage ist doch wohl weit weniger wichtig als Ihre Zukunft!

Wenn wir uns eine Veranstaltung anschauen, dann definieren wir 3 Phasen:

1. Die Phase VOR der Veranstaltung

2. Die Veranstaltung SELBST

3. Die Phase NACH der Veranstaltung

Frage: Wenn Sie nach Priorität ordnen müssten, welche der 3 Phasen würden Sie als wichtigste in Betracht ziehen, welche als zweit wichtigste und welche als am wenigsten wichtige?

Lassen Sie es mich Ihnen verraten: Es ist

1 - 3 - 2 !

Die Veranstaltung (2) als solche ist am wenigsten wichtig. Sie müssen sich darüber erst einmal keine Gedanken machen. Sie wird stattfinden, ob mit Ihnen oder ohne Sie, wie auch mit oder ohne Ihre Gäste. Punkt. Ich denke, Sie stimmen mir jedoch sicherlich zu, dass es besser wäre, sie würde mit Ihnen und vielen Ihrer Gäste stattfinden, richtig? Wenn Sie mir hier zustimmen, dann sind wir uns schon einig, warum (1) die wichtigste Phase ist, auf die Sie sich fokussieren sollten:

Die Phase VOR dem Event bestimmt, wie die Veranstaltung für SIE ausgehen wird und wie viel Sie in der Zukunft verdienen werden. Führungskräfte werden auf Events geboren!

Wenn Geld für Sie nicht wichtig ist – prima. Tun Sie einfach das weiter, was Sie ohnehin (nicht) tun. Interessiert Sie aber ein hoher Provisionscheck, lesen Sie bitte weiter – und setzen dann das Gelernte dann SOFORT um.

Wenn Veranstaltungen bevorstehen ist es an der Zeit, aktiv zu werden. Massiv! Rund-um-die-Uhr Einsatz ist angebracht, wenn Sie die kommende Chance nicht verpassen wollen. Das Management und viele Top-Führungskräfte reisen für ein Event aus allen Himmelsrichtungen über Hunderte von Kilometern an, um Sie und Ihre neuen,

potentiellen Interessenten zu begeistern. Wäre es nicht beschämend, wenn dann kaum jemand da wäre? Nur ein paar frustrierte Gestalten, die schon zum 27sten Mal in der Hoffnung auf einem Event “herumhängen”, endlich das zu hören, das sie nasenbohrend zum heiligen Gral führt?

Veranstaltungen sind wichtig, sie laden den Akku Ihrer eigenen Visionen, Ihres Engagements, Ihrer Begeisterung und Ihres Wissens auf. Auf Veranstaltungen bauen Sie Beziehungen auf, denn hier treffen Sie Menschen von Angesicht zu Angesicht! Sie sollten sich keine einzige dieser alles entscheidenden Chancen entgehen lassen – nicht nur, weil Sie sonst Ihr eigenes Geschäft schädigen, Sie agieren auch kontraproduktiv für die gesamte Gemeinschaft, als Teil derer Sie Ihr Geschäft betreiben. Veranstaltungen sind für die Network Marketing Branche, was das Wasser für die Fische ist.

Sie müssen PERFEKT darin werden, Veranstaltungen zu promoten. Einfach perfekt.

Wer meine eigene Geschichte zum Start in dieser Branche in 1992 gehört hat, weiss, dass ich durch ein eindrucksvolles Schlüsselerlebnis auf einer Veranstaltung so mitgerissen wurde, dass ich mit Vollgas startete und bis heute nicht den Fuss vom Gas genommen habe!

Wenn das Promoten von Events für Sie (noch) nicht rund läuft, gibt es meist 2 Gründe dafür: Sie sind entweder zu faul oder einfach nicht in der Lage, intensiv zu promoten – oder die Geschichte, mit der Sie Menschen begeistern wollen, ist einfach nicht attraktiv. In diesem Fall wird das Event nichts positives zu Ihrem Geschäft betragen können und wirkungslos vorüberziehen. Pech. Sie haben eine riesige Chance verpasst. Und schlimmer noch: Das dupliziert sich in diesem Geschäft, so wie alles andere auch. Wenn Sie nicht gut

promoten, werden es Ihre Teampartner auch nicht tun. Und wahrscheinlich tut es auch Ihre Upline nicht, sonst hätte sie Ihnen ja etwas anderes beigebracht. Es endet wohl alles damit, dass das Management Ihrer Firma und die Führungskräfte sich für die nächste Veranstaltung einen anderen Ort suchen und Sie werden wieder allein auf weiter Flur sitzen, abgeschnitten von einer funktionierenden Infrastruktur, und das noch hinzukommend zu Ihren erwiesenermaßen “exzellenten” Fähigkeiten, zu promoten. Hallelujah!

Jeder einzelne Partner muss Verantwortung für das Gelingen einer Veranstaltung übernehmen. In der Phase vor der Veranstaltung gilt: Jeder ist auf dem Spielfeld! Es gibt keine Zuschauerränge. Verlassen Sie am besten sofort das Stadion, wenn Sie nicht willens sind, zum gemeinsamen Erfolg auf dem Spielfeld aktiv beizutragen. Sie sollten verstehen, dass

- ▶ nicht die Firma einlädt – SIE laden ein!
- ▶ nicht die Führungskräfte laden ein – SIE laden ein!
- ▶ nicht diese bauen das Geschäft auf – SIE bauen IHR Geschäft auf!
- ▶ nicht jene sind verantwortlich für Ihren Erfolg in Ihrem Geschäft – SIE sind es!

SIE, und ganz ALLEIN Sie!

Die Events sind extra dazu angelegt, SIE und IHRE Gäste zum Erfolg zu führen.

Es ist schlichtweg FALSCH zu glauben, dass Veranstaltungen nicht mehr funktionieren. Das tun sie sehr wohl. Viel wahrscheinlicher ist, dass Ihre Promotion nicht funktioniert.

Veranstaltungen sind heute noch genau so wichtig, wie sie immer waren. Mag sein, dass ihre Bedeutung sogar noch gestiegen ist – kein Video, Audio, kein Internet oder ein Webinar wird das jemals ändern.

Also lautet die Frage:

„Wie promote ich erfolgreich?“

Als erstes sollten Sie die 3 Phasen vollkommen verstehen. Die VORHER-Phase ist die Wichtigste. Sie sind bestens vorbereitet mit einer anziehenden und schlagkräftigen Werbestrategie – voller BEGEISTERUNG und DRINGLICHKEIT!

Langweilen Sie niemanden. Bringen Sie es auf den Punkt. Gehen wir mal davon aus, dass mit der Veranstaltung ein neues Mega-Produkt plus ein Incentive von - sagen wir - 1 Million Dollar verbunden wären. Was würden Sie promoten? ORAC- oder Blutwerte? Gesundheit? – Damit werden Sie Medizinexperten anziehen (die dann meist wegen der Million noch ein schlechtes Gewissen bekommen) und kranke Menschen (die dann nicht in der Lage sein werden, mit voller Kraft loszulegen). Und wenn Sie ein risikoloses Teilzeit-Einkommen bewerben, werden neben Ihnen die arbeitslosen Harz IV-ler sitzen. Und wenn Sie unverbindlich lalala promoten wie *“Hallo erst mal ... ich weiss ja nicht... und nur wenn ... Sie etwas Zeit haben und vielleicht einen Blick drauf werfen wollen... bla bla bla...”*, dann werden Ihre Gäste mit grösster Wahrscheinlichkeit gar nicht erst erscheinen. Sie müssen das Geld hervorheben! 98% der Menschen, die in unserem Geschäft starten, tun es wegen des Geldes und nicht wegen des Produkts. Auch wenn sie vermeintlich einen anderen Grund vorschreiben, dies ist Tatsache!

Wenn Sie eine Veranstaltung bewerben, brauchen Sie eine eindrucksvolle Strategie mit einem schlagkräftigen Ansatz! Sie müssen trommeln – laut und deutlich!

Hier sind die wichtigsten Erfolgs-Bausteine:

- ▶ *Starten Sie früh mit Ihrer Ankündigung. 2 Wochen bis 10 Tage vor dem Event*

sollten Sie unbedingt mit Ihren Kontakten sprechen.

- ▶ *Machen Sie sich eine schriftliche Namensliste der Menschen, die Sie einladen möchten.*
- ▶ *Laden Sie NUR persönlich oder per Telefon ein! Keine Mails oder Facebook Nachrichten. Es funktioniert nicht!*
- ▶ *Legen Sie sich eine aufregende Ansprache zurecht! Nutzen Sie wirksame Schlüsselbegriffe, die SIE selbst dazu bringen würden, einen ganzen Tag zu opfern, Geld auszugeben und irgendwohin zu fahren!*
- ▶ *Schreiben Sie sich Ihre Ansprache nieder. Sprechen Sie stets voller Begeisterung, Überzeugung und Eindringlichkeit. Üben Sie!*
- ▶ *Unterstützen Sie Ihre Downline ebenso (nicht mir Ihrer, sondern bei ihrer eigenen Ansprache)*
- ▶ *Lassen Sie sich eine feste Zusage auf Ihre Einladung geben. Sagen Sie: “Danke für Deine Zusage, ich werde einen Platz für Dich reservieren. Lass es mich sofort wissen, wenn Du aus einem wirklich ERNSTHAFTEN Grund verhindert bist!”*
- ▶ *Rufen Sie ALLE Ihre Eingeladenen NOCH EINMAL 24-72 Stunden vor der Veranstaltung an und lassen Sie sich ihre Anwesenheit nochmals mündlich bestätigen.*

Es gibt eigentlich keinen Grund mehr, warum Sie nicht in der Lage sein sollten, von nun an bei jedem Event 10 oder mehr Gäste vor Ort zu haben (es sei denn, Sie sind wirklich zu bequem... aber dann hilft das beste Training und auch die Verdienstaussicht von 1 Million nichts).

Sobald Sie nun erfolgreich eingeladen und auch nachgefasst haben, sollten Sie am Veranstaltungstag sehr gut vorbereitet sein:

- ▶ *Seien Sie ausreichend FRÜH da!*

- ▶ *Seien Sie passend gekleidet (IMMER Business-Kleidung!).*

- ▶ *Der Inhalt Ihrer Präsentationsmappe sollte ordentlich, vollständig und aktuell sein.*

- ▶ *Begrüssen Sie Ihre Gäste in der Lobby und stellen Sie sicher, dass es einen reibungslosen Check-In gibt. (siehe Thema Karten unten!)*

- ▶ *Helfen Sie Ihren Gästen, einen guten Platz zu finden.*

- ▶ *Beobachten Sie sie während der Veranstaltung von Zeit zu Zeit. Sie können eine Menge dabei erkennen. Aber starren Sie sie nicht an!*

- ▶ *Nehmen Sie sich genügend Zeit und Aufmerksamkeit für sie in der Pause. Ihre bestehende Downline ist während der Veranstaltung weit weniger wichtig als Ihre neuen Gäste.*

- ▶ *Nehmen Sie sich nach der Veranstaltung genug Zeit und seien Sie darauf vorbereitet, alle Fragen zu beantworten.*

- ▶ *Lassen Sie niemanden gehen, bevor nicht die nächsten Schritte vereinbart sind: Anruf (wann, welche Zeit!) oder ein persönliches Treffen (wann, wo, welche Zeit!)*

- ▶ *Plänkeln Sie nicht herum. Seien Sie voll fokussiert in allem, was Sie tun.*

Ich bin sicher, Sie erkennen bereits den Unterschied zu dem, was SIE bisher gemacht haben, korrekt? Lassen Sie uns zum Schluss nun über die zweit wichtigste Phase sprechen – die Phase NACH der Veranstaltung. Das ist die “Follow-Up” Phase!

In der “Follow-Up”-Phase wollen Sie sicherstellen, dass:

- ▶ *Sie sich mit Ihren Gästen nicht später als 48 Stunden nach der Veranstaltung treffen oder mit ihnen sprechen.*

VOM SCHREIBTISCH VON DR. SVEN GOEBEL

- ▶ diese Zugang zu allen notwendigen ZUSÄTZLICHEN INFORMATIONEN haben, die sie benötigen, um eine intelligente Entscheidung zu treffen.
- ▶ Sie sie im vereinbarten Treffen oder Telefonanruf nach ihrer Entscheidung FRAGEN.
- ▶ Sie sie einschreiben.

Wenn Sie ihren neuen Partner eigens geschrieben und sie sich bezüglich Ihrer fruchtbaren Zusammenarbeit gegenseitig verpflichtet haben, bringen Sie ihn/sie in das SYSTEM. Ab da läuft dann alles ganz einfach. Ich wette, die nächste Veranstaltung steht schon vor der Tür, deshalb empfehle ich Ihnen, gleich die Gelegenheit zu nutzen, das Gelernte anzuwenden und Ihren neuen Partnern beim Promoten zu helfen. Ich wette, dass, wenn Sie das richtig vermitteln, Sie zusehen können, wie Ihr Geschäft regelrecht explosionsartig wächst.

Lassen Sie mich zum Schluss noch eine wichtige Frage ansprechen, sie immer wieder aufkommt: Wer zahlt für Ihre Gäste?

SIE zahlen für Ihre Gäste!

Sofern Ihnen die Gäste wichtig sind. Falls nicht, lassen Sie sie ihre Tickets selbst bezahlen oder noch besser – laden Sie sie gar nicht erst ein. Zu teuer? Ich bitte Sie!

Rechnen Sie doch einfach mal nach: Meistens sind bei Ihrem eigenen Ticket noch zusätzliche Gästetickets im Preis enthalten. Nutzen Sie das aus. Und weitere Gästetickets sind auch nicht teuer. Um 10 weitere Gäste einzuladen, müssten Sie wahrscheinlich so um die 100,- Euro ausgeben. Wenn nur einer Ihrer Gäste das Geschäft mit Ihnen startet, haben Sie schon einen mehrfachen Gewinn zu verzeichnen. Diskutieren Sie deshalb nicht über die Kartenpreise. Jemand NICHT einzuladen kommt Sie auf jeden Fall viel teurer, als für alle Ihre Gäste Karten bereit zu stellen.

Ein bewährtes Mittel, Menschen zum Erscheinen bei einer Veranstaltung zu verpflichten ist, ihnen die ausgedruckten Karten vor der Veranstaltung persönlich auszuhändigen oder mit der Post zuzuschicken – aber nur auf deren ausdrückliche Zusage hin. Stellen Sie also sicher, dass Sie für jede Veranstaltung immer 10 Gäste-Karten erwerben und bereit halten, um sie Ihren geschätzten und zuverlässigen Gästen zukommen zu lassen. Das funktioniert auch bei Online-Registrierungen. Die meisten Systeme liefern ein PDF mit Code. Dieses können Sie weiterleiten, was einem ausgedruckten Ticket gleich kommt. Egal wie, tun Sie es!

Bitte verstehen Sie, dass in unserem Geschäft nichts, aber auch GAR NICHTS

wichtiger ist, als das gewissenhafte Hinarbeiten auf eine bevorstehende Veranstaltung. Kein einziger erfolgreicher Leader weltweit wird Ihnen etwas anderes erzählen. Die Dame in meinem letzten Network, die das wirklich vorzüglich gemacht hat, und die ich immer gerne als Beispiel nehme, lebt heute als Network Marketing Millionärin in Monte Carlo.

Wir sehen uns auf der nächsten Veranstaltung!

Alles Gute, Sven



Dr. Sven Goebel blickt auf eine über 20-jährige, erfolgreiche Karriere im Network Marketing zurück, die er im Februar 1992 als unabhängiger Geschäftspartner startete.

1994 promovierte Sven an der Technischen Universität Darmstadt im Bereich Naturwissenschaften, um sich direkt im Anschluss an seinen Promotionsabschluss mit voller Leidenschaft hauptberuflich seinem Network Marketing Geschäft zu widmen.

Sven ist heute als Führungskraft, Referent, Coach und Berater weltweit bekannt. Sein umfangreiches Wissen vermittelte er bereits auf unzähligen Veranstaltungen in ganz Europa, Nord- und Südamerika, Hong Kong, Japan, Süd Korea, Thailand, Indien, Australien, dem Mittleren Osten, der Ukraine und in Russland.

Aufgrund seiner eindrucksvollen Karriere während der vergangenen zwei Jahrzehnte wurde bereits in zahlreichen Branchenzeitungen und -magazinen über Sven berichtet.

Der bekannte Branchen-Bestsellerautor John Milton Fogg widmete Sven in seinem neuen Buch *The Greatest Networkers in the World* ein eigenes Kapitel und stellt fest:

„Der Mann ist ein Meister des Network Marketings und in der Tat einer der „Greatest Networkers in the World“. Er bringt dieses Geschäft auf eine völlig neue Ebene und führt dabei mit Integrität – authentisch und real. Seine Mission ist keine geringere als „Die Transformation des MLM's.“

2004 verlagerte Sven seinen Fokus vermehrt auf das Persönliche Wachstum von Menschen und entwickelte den Happiness Circle. Während der letzten Jahre wurde dieser zu einem leistungs-

fähigen System weiterentwickelt, um Menschen messbar zu mehr Glück und Erfolg zu verhelfen.

Die gewonnenen Erkenntnisse inspirierten Sven, sein über Jahre bewährtes Network Marketing Geschäftssystem in dieser Richtung weiter zu entwickeln. Er fügte eine Reihe an Komponenten zum Thema „Persönliches Wachstum“ (KASH) zum bereits bewährten Arbeitssystem (KISS) hinzu. Das Gesamtsystem wird heute als das PeopleBuilders System bezeichnet. Sven's Philosophie ist, dass jeder Mensch ein glückliches, gesundes und erfülltes Leben anstreben sollte. Sein Lieblingszitat ist: *„It's Your Life – Don't Compromise“*. Mit seiner weitreichenden Erfahrung, seinem unermüdlichen Einsatz sowie seiner aussergewöhnlichen Fähigkeit, die gesammelten Erfahrungen zu vermitteln, zielt er darauf ab, möglichst viele Menschen aus seinem Umfeld auf diese wunderbare Reise des Lebens mitzunehmen.