



TODD BURRIER

De Methode

Hoe je op een **leuke en eenvoudige** manier
een inkomen voor het leven kunt opbouwen



Copyright © 2010, 2015 by Todd Burrier, Ingo Fechner

Title of the original version: „The Process - The fun and easy way to build an income stream for life”

Vertaler: Sylvia Hoeve & Pascal Appelman

All rights reserved.

Uitgever: Ingo Fechner Verlag, Lindenstr. 22, 79194
Gundelfingen/ Duitsland, info@balance-tools.de

2. editie januari 2016

Printed in EU

This book is also available in German, English, Italian and Spanish language:

www.balance-tools.com

www.toddburrier.de/nl

ISBN 978-39814128-6-4

Inhoud

Inleiding	5
De behoefte is groot	9
Obstakels en uitdagingen	14
Omgaan met angst	17
Gedragsregels.....	20
Nog niet.....	22
De methode- stap voor stap	23
Contacteren.....	25
Druk.....	25
Zonder druk.....	27
Creëer een ontspannen sfeer.....	28
Informereren	30
Opvolgen (follow up).....	35
Service verlenen.....	38
Een paar gedachten tot slot.....	42
Bijlage 1 – Een zakelijke ontwikkelingsfilosofie.....	44

1% of 99%?.....	45
Bijlage 2 – Contactmogelijkheden, tips, voorbeeldzinnen en ideeën	48
Bijlage 3 – Help anderen hun problemen op te lossen	52
Bijlage 4 – Voorbeeldzinnen producten.....	56

Inleiding

Beste partner, beste mensen die geïnteresseerd zijn in aanbevelingsmarketing. Ik ben erg blij dat u dit boekje in handen houdt. Dat betekent namelijk dat u van iemand, hoogstwaarschijnlijk van een vriend of zakenrelatie, gehoord heeft dat aanbevelingsmarketing een prachtige manier is om een inkomen voor het leven op te bouwen (een goed voorbeeld: u leest net dit boekje d.m.v. een aanbeveling!). Nog beter is dat u al de eerste eenvoudige stap in deze richting heeft genomen of dat u er serieus over nadenkt om aan de slag te gaan (en waarschijnlijk met de gedachte worstelt dat dit te eenvoudig klinkt). Het eerste wat ik wil dat u weet, is dat uw vriend u de absolute waarheid vertelt. Ik ben het levende bewijs en er zijn vele anderen zoals ik. En als ik zeg 'zoals ik', bedoel ik mensen die gestart zijn vanuit een bescheiden inkomen, moeite hadden om rond te komen, het gevoel hadden alsof ze vast zaten in een sleur, niet de dingen deden die ze echt wilden doen in het leven, en... (u kunt hier uw eigen redenen invullen).

Stel dat u mij op dit moment pas zou leren kennen en mijn huidige levenssituatie en mijn referenties zou bekijken (ik heb een master gehaald in business administration, schrijf boeken, ik coach leidinggevenden, heb een aantal taken die in hoog aanzien staan binnen mijn gemeenschap, ik geef les als hoogleraar op verscheidene Hogescholen, woon in een mooi huis, etc.), dan zou u denken dat het voor mij makkelijk is een onderneming op te bouwen omdat ik

aanzien geniet. Niets is minder waar. Het is het resultaat van mijn succes met aanbevelingsmarketing.

Toen ik met aanbevelingsmarketing begon, voelde ik me een mislukking in mijn toenmalige leven. Mijn zakelijke geloofwaardigheid was minimaal. Ik was failliet, verlegen en had erg weinig zelfvertrouwen. Mijn bovenstaande referenties zijn voortgekomen uit de ervaringen en het succes van deze eenvoudige methode.

Alles wat ik als “startkapitaal” nodig had om met deze onderneming te beginnen was een aardige en eerlijke persoonlijkheid. Eigenlijk ga ik confrontaties en discussies met anderen liever uit de weg. Daarom zijn druk uitoefenen en offensieve verkoopstrategieën niets voor mij. Gelukkig zijn zulke manieren in dit concept zelfs contraproductief. Ik ben erg blij een bedrijf gevonden te hebben dat als enige voorwaarde stelt dat je aardig en eerlijk bent en dat je met deze oprechte manier aan een betere toekomst kunt bouwen.

Overigens, ik noem dit nu wel een 'bedrijf' omdat het resultaat (winst) te vergelijken is met iedere andere onderneming. Maar eigenlijk bevat het woordje 'bedrijf' mij niet want dit concept onderscheidt zich zo zeer van wat de meeste mensen normaliter onder zakendoen verstaan. Hier gaat het om goede relaties, de wens andere mensen te helpen, plezier te hebben, zich persoonlijk verder te ontwikkelen en in anderen te investeren. En ja, het leidt ook tot een inkomen. Het kan ook een zeer hoog inkomen worden als u dat wilt. Feit is echter, dat als u met dit concept te werk gaat

zoals het bedacht is, u niet het gevoel heeft zaken te doen. Het is gewoon ontzettend leuk om hiermee bezig te zijn.

Dit brengt me bij het volgende punt. Voor mij is het belangrijk, dat u zich bewust bent van uzelf: u bezit alles al wat u nodig heeft om met aanbevelingsmarketing prachtige successen te behalen. U bent uniek. U bezit uw eigen talenten, kwaliteiten, passies en eigenschappen als ook ervaringen en kennis die u in de loop van uw leven opgedaan en verworven heeft. Uw eigen persoonlijkheid zo goed mogelijk verder te ontwikkelen is alles wat nodig is. U heeft geen specifieke vakkennis nodig, geen training, geen onderwijs of wat dan ook voor deze methode. U heeft alles al in huis om te kunnen beginnen. U leert alles wat u nog nodig heeft, terwijl u bezig bent.

Op dit moment bent u slechts een paar maanden verwijderd van een passief inkomen (verderop zal ik u dit nader uitleggen) van 300 tot 500 euro per maand. U bent drie tot vijf jaar - in deeltijd - van een inkomen verwijderd dat uw leven volkomen kan veranderen. Met een beetje geluk duurt het niet zo lang en met iets minder geluk misschien iets langer. Ik zelf had nooit geluk in het zakenleven en moest overal hard voor werken. Geluk is echter geen voorwaarde om met dit concept succesvol te worden. Werk volgens deze methode, telkens opnieuw, tot u uw gewenste doel heeft bereikt.

Het gaat erom steeds een paar eenvoudige stappen te herhalen die het aanbevelingsmechanisme in gang zet en in beweging houdt. De rest van dit boekje beschrijft hoe men

daardoor immens succesvol kan worden. Tijdens het lezen van deze informatie denkt u misschien bij bepaalde passages: “Is het mogelijk dat dit écht alles is?” Ik kan deze gedachte heel goed begrijpen. Het is werkelijk zo eenvoudig dat het bijna niet te geloven is. En toch is het zo! De meeste wonderbaarlijke dingen in het leven zijn eenvoudig. Het zijn mensen die gecompliceerd zijn en trachten veel dingen onnodig complex te maken.

Mensen zoals ik, die een hoog inkomen genieten dat op aanbevelingen gebaseerd is, werken simpelweg volgens deze methode net zolang door tot ze succesvol zijn. Ze vragen zich niet meer af of het werkt, ze doen het gewoon. Ze weten met zekerheid dat het werkt. Wat ze niet weten is welke personen ook daadwerkelijk mee willen werken. Het mooie aan deze methode is dat men direct kan erkennen wie werkelijk geïnteresseerd is om een beter leven te leiden en ook bereid is daarvoor iets te doen. Voor u is alles mogelijk als u deze principes naleeft en actief wordt. Overigens, als u met netwerk marketing bezig bent, kunt u ook gebruik maken van de grondbeginselen in dit boekje, want de werkwijze is altijd dezelfde. U kunt in ieder geval het basisconcept van dit boek ook bij iedere andere manier van zakendoen gebruiken; er zullen alleen bepaalde aanpassingen met betrekking tot de verschillende branches nodig zijn.

De behoefte is groot

Ten eerste dient men zich te realiseren dat ieder mens behoeften heeft. Daarmee bedoel ik dat bijna iedere persoon met wie u in gesprek bent, een behoefte heeft waarover u kunt praten en waarvoor u oplossingen kunt aandragen. Concreet zijn er drie behoeften aan welke een firma in aanbevelingsmarketing kan voldoen. De eerste twee behoeften zijn gezondheid (het soort product, dat zich het beste leent voor aanbevelingsmarketing) en inkomen. Deze dragen we bewust of onbewust allemaal met ons mee. Voor iedere invulling van deze behoefte kunnen wij actief oplossingen aandragen. De derde behoefte is het hebben van goede relaties op alle fronten in het leven. Ook dit is een vanzelfsprekende waarde in de wereld van aanbevelingsmarketing.

Tegenwoordig zien we steeds meer de trend dat mensen eigen initiatief nemen met betrekking tot hun gezondheid (Wellness). Men zoekt actief naar gezonde oplossingen. Hoe beter de samenleving over Wellness producten geïnformeerd is, des te hoger de vraag naar kwalitatief hoogwaardige producten met een goede prijs/kwaliteit verhouding. Men wil die producten nemen, waarmee men zich goed voelt Een gezonder lichaam, een mooie huid, mooie haren, producten voor het huishouden; mensen vinden dat belangrijk en blijven zich hiermee bezig houden. De vraag naar goede producten op dit gebied is enorm groot en zal in de toekomst blijven toenemen.

Veel voorkomende wensen van vandaag de dag



Tegelijkertijd groeit ook de behoefte van mensen naar betrouwbare extra inkomstenbronnen. Dagelijks worden we met de realiteit geconfronteerd dat een doorsnee baan meestal geen financiële zekerheid biedt voor de lange toekomst. De enige manier om financiële zekerheid te verschaffen, is in zekere mate controle over uw inkomsten te hebben en dat is precies wat we in de aanbevelingsmarketing zelf kunnen sturen en beïnvloeden. Zo kunt u extra

inkomsten opbouwen voor de oude dag, de studie van uw kinderen financieren, tot eenvoudigweg meer geld ter beschikking hebben voor datgene wat u wilt doen en verkrijgen. Een vergoeding ontvangen die u op basis van aanbevelingen verkrijgt, is de perfecte vorm van een alternatieve inkomstenbron.

Het grote voordeel hiervan is dat u een inkomen opbouwt zonder risico en zonder investering waarbij u bovendien uw tempo en de tijd die u eraan wilt besteden volledig zelf kunt bepalen. U kunt tijdsinvestering en verdiensten zo groot maken als u wilt en principieel wordt het vanaf een bepaald punt een terugkerend inkomen.

Een terugkerend inkomen loopt door, ook als u niets doet. Vergelijk het met rente die u krijgt van kapitaal op de bank. Als u tienduizend euro op een spaarrekening zet tegen een rente van vier procent, dan heeft u een jaarlijks inkomen van vierhonderd euro. En daar hoeft u niets voor te doen. De meeste mensen zijn gewend om hun tijd tegen geld in te ruilen (salaris). Als er niet wordt gewerkt, is er ook geen inkomen. Dit wordt een 'actief' inkomen genoemd, omdat het continue inspanning vereist. Een inkomen uit de aanbevelingsmarketing is in het begin ook een actief inkomen omdat u actief bent in het direct aanbevelen en geïnteresseerde mensen laat zien hoe zij zelf ook kunnen aanbevelen. Na verloop van tijd zullen uw partners zelfstandig bestellen en aanbevelen, ook zonder uw inspanningen. Vanaf dat moment geniet u een terugkerend inkomen. Een voorbeeld van een terugkerend inkomen is het volgende: een auteur schrijft eenmalig een boek waarvan hij

bij iedere verkoop een honorarium ontvangt en dat terwijl zijn actieve werk misschien al jaren geleden is afgerond. Wanneer u in de aanbevelingsmarketing een klant heeft die door uw aanbeveling zelf direct bij de fabrikant producten bestelt, ontvangt u een bonus (honorarium) van de fabrikant en dat niet alleen bij hun eerste, maar bij iedere bestelling. Ook als uw (daadwerkelijke) aanbeveling al enige tijd geleden is (ik heb nog veel klanten uit mijn begin periode, zo'n 14 jaar geleden, die vandaag de dag nog steeds hun producten bij deze fabrikant bestellen). De gedetailleerde werkzaamheden zijn weliswaar iets omvangrijker, maar de volgende gedachte zit hierachter: Wanneer u een brede klantenkring heeft opgebouwd die deze producten gebruikt en ook aan anderen aanbeveelt, begint de passieve fase van uw inkomen – maand na maand– ongeacht hoeveel nieuwe mensen u zelf aanbeveelt. Wanneer u op deze brede basis uw inkomen opbouwt, verschaft u zichzelf de vrijheid om uw wensen in uw eigen tijd in te vullen.

De derde behoefte: het hebben van positieve relaties. Positieve relaties vormen de basis voor een gelukkig leven. De mens is een sociaal wezen. We zijn graag met anderen samen en vooral met diegene die ons een goed gevoel geven en die we waarderen. Mensen die zich met aanbevelingsmarketing bezig houden, hebben over het algemeen een positieve levenshouding, zijn gemotiveerd en vooruitziend.

Bijlage 1 – Een zakelijke ontwikkelfilosofie

Het is mijn doel en de verantwoordelijkheid van iedere mentor om de persoon die hij gesponsord heeft de grootst mogelijke kans op succes te bieden. De meerderheid van de personen die deelnemen aan met uw onderneming waren in hun zakenleven nooit succesvol en waarschijnlijk zijn ze nooit zelfstandig ondernemer geweest. Dat betekent dat zij niet alleen veel over deze nieuwe onderneming moeten leren, maar ook veel over zichzelf. Het is van cruciaal belang dat we een starter helpen te groeien met het opbouwen van zijn bedrijf bij zowel zijn individuele ontwikkeling als zijn zakelijke ontwikkeling. Ik ben er stellig van overtuigd dat wanneer je de persoon helpt groeien, de zakelijke kant vanzelf volgt. Maar u moet diegene helpen te beseffen dat hij zijn doel zelf kan waarmaken. Er zijn verschillende filosofieën in deze branche en allemaal hebben ze hun eigen verdienste. Als iemand bereid is genoeg te doen om iets te bereiken, dan zal hij uiteindelijk ook succes boeken. Ik zal daarom in dit boekje geen enkele filosofie afvallen. Ik wil alleen mijn eigen filosofie met u delen die, na jaren van eigen ervaringen opdoen, is uitgegroeid tot wat het nu is. Ik weet dat het iedereen gegeven is om de principes die ik onderricht succesvol te leren.

1% of 99%?

Op grond van mijn 20-jarige ervaring met netwerkmarketing, mijn betrokkenheid en ervaring in de gemeenschap en mijn werk bij corporaties, ben ik tot de conclusie gekomen dat ongeveer 1% van de bevolking van ieder land datgene bezit wat ik als een 'natuurlijke zakelijke geloofwaardigheid' zou bestempelen. Zodra deze mensen iemand opbellen en hun bedrijf voorstellen, hebben ze direct, zonder allerlei vragen te stellen, interesse gewekt. Tot deze 1% behoren ook de mensen die met netwerkmarketing al succesvol waren.

De overige 99% van de bevolking bezit deze natuurlijke geloofwaardigheid echter niet. De meesten van hen hadden nog nooit een eigen onderneming en als ze die al hadden, konden ze daarmee geen doorslaggevende successen behalen. Als een van deze 99% opbelt en zijn zakelijk concept vertelt, zal hij vaak de vraag krijgen: "Wat weet jij nou van zaken doen?"

Mensen die meedoen met uw onderneming, zijn natuurlijk enthousiast over de mogelijkheid succesvol te zijn. Echter, hun eigen overtuiging, dat ze werkelijk succesvol kunnen worden, is lang niet zo hoog als hun enthousiasme, want ze hebben tot nu toe geen succes gekend in het zakendoen. Vooral niet met deze manier van zakendoen. Bovendien kennen ze hoogstwaarschijnlijk ook niemand bij wie dat wel het geval was.

Om de nieuwe starter de beste kansen te geven om te groeien naar een hoger niveau van individuele overtuiging, is het belangrijk hen te laten werken op de manier waarbij zij het gevoel hebben zich te ontwikkelen en te slagen. Als ik iemand uit de 99%-groep meteen in het begin al vraag iemand anders te benaderen en met degene over de nieuwe onderneming te praten, gebeurt het volgende: hij belt iemand op die hij kent en vertelt hem dat hij hem over een nieuw bedrijf wil praten. De gesprekspartner vraagt dan meteen aan hem: 'wat weet jij nou van zakendoen?' Daardoor wordt zijn toch al zwakke geloof in een mogelijk succes nog zwakker. Gebeurt dat nog drie of vier keer dan gelooft hij in ieder geval al niet meer ooit succesvol te kunnen worden. Hij is ervan overtuigd dat zijn vrienden gelijk hebben en dat dit niet gaat werken.

Ik weet hoe pijnlijk zo iets is en hoe ontmoedigd men zich in zo'n situatie voelt omdat het mij in het begin precies zo is vergaan. Ik behoorde ook tot de groep van die 99%. Ik ben onvermurwbaar als het er om gaat iedere andere die in de 99%-groep valt een kans te geven naar de 1% groep toe te groeien, als zij dat willen.

Het geloof in een product is niet subjectief. Als iemand ervan overtuigd is dat de producten (of diensten) van hun onderneming veel voor andere mensen kunnen betekenen dan delen zij die informatie met andere mensen; zelfs als die niet geïnteresseerd zijn, dan nog zal het geloof in het product niet door de ander kunnen worden weggenomen. Dus als iemand uit de 99% groep zich in eerste instantie onprettig voelt om anderen te benaderen voor de zakelijke

mogelijkheid, kan hij zich in eerste instantie het beste richten op het werven van klanten.

Elke klant die men sponsort, verhoogt het zelfvertrouwen, ondersteunt het geloof in het eigen kunnen en de onderneming en vergroot het vertrouwen om daarmee succesvol te zijn. Tegen de tijd dat de nieuwe oprichter een aantal klanten heeft geworven (Ik vind 15 of meer een mooi aantal), zal hij zich steeds gemakkelijker voelen om de zakelijke kant van de onderneming te benaderen. Hij heeft immers nu zelf al een klein bedrijf opgezet met een positieve balans. Als degene nu iemand opbelt en vertelt dat hij een onderneming heeft waarover hij graag wil praten en de gesprekspartner hem op dat moment diezelfde vraag stelt, namelijk: 'Wat weet jij nou van zaken doen?', dan kan hij antwoorden dat hij pasgeleden gestart is en nu al meerdere klanten heeft. Een eenvoudige methode. Iedereen kan dat. Hij is bovendien nu ook in staat anderen te leren wat hij inmiddels al bereikt heeft. Daarmee is de basis voor een succesvolle duplicatie in deze onderneming gelegd.

Balance Tools – Ingo Fechner

Books, ebooks, CD´s, DVD´s, videos and e-mail newsletter

Health, wellness, success, balance, referral marketing,
network marketing



www.balance-tools.com

Email: info@balance-tools.de

De Methode in andere talen

THE PROCESS – The fun and easy way to build an income stream for life (Engelse versie)

DIE METHODE – Einfach und mit Spaß ein Einkommen für das ganze Leben aufbauen (Duitse versie)

IL PROCESSO – Un modo divertente e semplice per creare una fonte di guadagno per tutta la vita (Italiaanse Versie)

Die Methode 2



Noch effizienter und erfolgreicher im Empfehlungsmarketing arbeiten (Duitse Versie)

Die Fortsetzung der Methode... Hier wird Todds bewährtes Konzept vertieft. Themen sind: Zeitplanung & Effizienz, das Ordner-System, die richtige Art der Zielsetzung, das Konzept der „Türen“, die Motivationsspirale,

u.v.m.

THE PROCESS 2 – (Engelse Versie)

Todds neues Leadership-Buch



Führen mit Herz –
Erfolgsprinzipien für wahres
Leadership im Network Marketing
(duitse versie)

Leading with Heart – Powerful
wisdoms for lasting leadership in
Network Marketing (engelse versie)

Wir befinden uns in einer nie dagewesenen Zeit der Network Marketing Branche. Der weltweite Umsatz übersteigt demnächst die 200 Milliarden-Dollarmarke und die Branche verzeichnete in den letzten 4 Jahren Zuwächse von jeweils über 6%. Wir haben den Punkt erreicht, an dem es nicht länger in Frage gestellt wird, ob es sich hier um eine ernstzunehmende Art handelt, ein nachhaltiges Einkommen zu erwirtschaften – und wir sind immer noch gerade erst am Anfang. Immer mehr Menschen finden in diesem Bereich eine Antwort, und auch die sich rasant weiter entwickelnde Technik macht es uns weltweit immer leichter, mit minimalem Zeitaufwand ein eigenes Network Marketing Geschäft aufzubauen.

Doch Technik allein reicht nicht aus im Network Marketing. Um ein nachhaltiges und stabiles Einkommen aufzubauen, ist wahres Leadership gefragt.

Dieses Buch hilft Ihnen dabei, eine „echte“ Führungspersönlichkeit zu werden und dauerhaft zu bleiben. Doch alles Wertvolle im Leben erfordert Geduld und Beharrlichkeit. Meistern Sie Widrigkeiten und Herausforderungen und entwickeln Sie Kompetenz UND Charakter. Echtes Leadership kann nur bestehen, wenn es von Herzen kommt und anderen dabei hilft, erfolgreich zu sein.

Lassen Sie sich von Todds besonderem Führungsstil inspirieren, den er sich selbst über viele Jahre mit viel Fleiß erarbeitet hat. Dieses Buch ist mit seinen 44 Lektionen puren Leadership-Wissens ein Muss für jeden ambitionierten Networker und Leader.

Erfolgstipps vom Balanceprofessor



Sechs grundlegende Entscheidungen zum Erfolg – Entfalten Sie Ihr volles Potential im Beruf und im ganzen Leben (Audio CD) (Duitse Versie)

„Sechs grundlegende Entscheidungen zum Erfolg“ ist eine inspirierende Anleitung für jeden, der mehr im Leben erreichen möchte. Es ist wirklich möglich, Erfolg zu „wählen“! Auf dem Weg zu großartigen Leistungen stehen Schritte wie Zielsetzung und Planung, Durchführung und Beharrlichkeit. Was auch immer Sie erreichen möchten, Sie werden Herausforderungen und Probleme meistern müssen. Je größer Ihr Ziel ist, desto größer werden auch die Herausforderungen und die Hürden sein. Ob Sie am Ende als Sieger dastehen, hängt grundlegend von den Entscheidungen ab, die Sie auf Ihrem Weg treffen. Jeder kann erfolgreich sein. Folgen Sie diesen fundamentalen Erfolgsgesetzen und würdigen Sie jeden einzelnen erfolgreichen Schritt.

Hörprobe: <http://www.youtube.com/user/BalanceTools>

6 Decisions for Success - An audio guide for achieving excellence in work and life (engelse versie)

Todd live CD & DVD (Engels/Duits)



Erfolgreich mit Empfehlungs- marketing (Audio-CD)

Todds beliebter Live-Vortrag

Mit 28 min. Bonustrack: Richtig
Zuhören als Erfolgsfaktor



Todd live in Berlin – Mai 2012 (Audio-CD)

Viele Tipps Praxis-Tipps, u.a.
richtige Kommunikation,
Umgang mit Frustration,
Zeiteinteilung, Momentum,
andere ermutigen u.v.m.



Basisaktivitäten und Leadership-Fähigkeiten für den Erfolg im Empfehlungs- marketing (DVD)

Inhalt u.a.: Die Namensliste als
Zielscheibe, Kontaktverwaltung
mit 4 Ordnern, Aktivitäts-Ziele,
Führen durch Vorbild, Wie
baut sich Glaubwürdigkeit auf,
5 Gruppen von Interessenten