

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

ZKZ 66685



WOLFGANG KUBICKI

FDP-VIZE-BUNDES-VORSITZENDER:
„DER SOLI MUSS
ENDLICH
ABGESCHAFFT
WERDEN!“



Rolf Sorg:
PM-International AG:
2015 Umsatzsteigerung um
30,6 Prozent auf 307 Mio. Euro



Michael Strachowitz:
Nur wer Verkaufsgespräche führt und seine Produkte zeigt, gewinnt neue Kunden.



Bülent Emekci:
„Meine Aufgabe ist es, unsere Vertriebspartner ins Geldverdienen zu bringen!“



Dr. Johannes Fiala:
Sicherer Verlust der Rente:
Von wegen die Rente ist sicher, sie kann komplett verloren gehen!



BÜLENT EMEKCI: „MEINE AUFGABE IST ES, UNSERE VERTRIEBSPARTNER INS GELDVERDIENEN ZU BRINGEN!“

Noch vor drei Jahren reichte für ein Vertriebs-Event des Emmi-Clubs das Mitarbeiter-Casino der EMAG AG GROUP in Mörfelden-Waldorf aus. Um heute zumindest einen Teil der Top-Vertriebspartner für ein Event unterzubringen, musste jetzt schon für zwei Tage die legendäre Pyramide in Wien gebucht werden. Die Zahl der Vertriebspartner und der Umsatz nahmen in den letzten 36 Monaten quantensprunghaft zu.

Diese rasante Entwicklung ist dadurch begründet, so der einstige Spitzensportler und Olympia-Teilnehmer, Emmi-Club-Direktor Dirk Ulaszewski, „dass wir mit der patentierten Emmi-dent-Ultraschall-Zahnbürste ein konkurrenzloses Produkt auf dem Markt haben, das – wie zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen zeigen – die Zahngesundheit massiv unterstützt und erhält. Parodontitis ist weltweit eine schnell fortschreitende Volkskrankheit, der



senberg und sein Team haben bei der Emmi-Vaganza ebenfalls alle Hände voll zu tun. Ihr Part ist es, die Gäste persönlich zu betreuen und sie mit allem auszustatten, was ihr Geschäft erfolgreicher macht. Das ist keine einfache Aufgabe, zumal die Besucher aus aller Herren Länder kommen – da ist Sprachtalent und Empathie gefragt.

Klaus-Dieter Leisenberg kann sehr gut die Wünsche und Anforderungen der internationalen Vertriebspartner interpretieren und erfüllen. Schließlich hat er vor seinem Wechsel in den Emmi-Club-Innendienst das Unternehmen und den Vertrieb als selbstständiger Vertriebspartner kennen



mit unseren Produkten Einheit geboten werden kann. Dementsprechend empfehlen sehr viele Zahnärzte und -kliniken sowie Krankenkassen die Emmi-dent-Ultraschall-Zahnbürste.“

Einen weiteren Produkt-Volltreffer in Sachen Zahngesundheit dürfte Emmi-Club mit einer in Wien vorgestellten „Perio Safe“-Produktlinie landen. Hier handelt es sich u. a. um ein speziell auf die Mundgesundheit abgestimmtes Nahrungsergänzungsmittel-Spray, das aufgrund der Inhalte und dem direkten Nutzen ebenfalls eine Alleinstellung am Markt haben dürfte. Firmengründer und Vorstand Bülent Emekci am Rande der Veranstaltung zu Network-Karriere: „Meine Aufgabe und erklärtes Ziel ist es, unsere Vertriebspartner ins Geldverdienen zu bringen. Wir geben ihnen die Pro-

dukte, die der Markt braucht und die einfach zu verkaufen sind. Zudem unterstützen wir unseren Vertrieb massiv mit wissenschaftlich belegten Argumenten und glaubwürdigen Medienberichten.“ Die Network-Karriere hat für das Wien-Event eine eigene Emmi-Club-Ausgabe aufgelegt, die von den Vertriebspartnern gezielt für den weiteren Vertriebsaufbau eingesetzt werden kann. Diese Emmi-Club-Ausgabe steht den Network-Karriere-Leserinnen und -Lesern als Sonderteil der kommenden kostenlosen Network-Karriere-Online-Ausgabe zur Verfügung, die ab 15.2.2016 abrufbar ist. Network-Karriere-Herausgeber Bernd Seitz sprach sehr deutlich das Thema „seriöses, wertorientiertes Sponsoring“ an: „Sponsoring ist bekanntlich eine ganz kritische Stelle in diesem Geschäft. Ein

schlechter Sponsor, der sich nicht um seinen neuen Partner kümmert, kann nur einen schlechten Vertriebspartner nachziehen. Und was macht der vernachlässigte Vertriebspartner? Er zieht mit einer schlechten Meinung über das Unternehmen von dannen – oft zu einem Sponsor einer anderen Firma, der ihn vielleicht besser betreut und ihm hilft ins Geschäft zu kommen. Vielfach nimmt er dann auch noch ein paar Kollegen mit.“ Network-Karriere startete kürzlich eine Leserumfrage nach der Zufriedenheit mit dem persönlichen Sponsor an die Vertriebspartner verschiedener Firmen. Emmi-Club hatte bei 152 Befragten die höchste Zustimmung zu ihrem Sponsor. 78 Prozent fühlten sich gut oder hervorragend betreut.

Dieses erstklassige Ergebnis veranlasste die Redaktion, einen ganz besonderen Award für die Gemeinschaft der aktiven Emmi-Club-Sponsoren zu vergeben: den mit 24 Karat vergoldeten Emmi-Club-Sponsoren



Klaus-Dieter Leisenberg (L) und Matthias Tribula

Award für wertorientierten Teamaufbau 2015.

Die Menschen im Hintergrund

Die persönliche Betreuung der Vertriebspartner liegt Emmi-Club-Direktor Dirk Ulaszewski besonders am Herzen. Er hat sich den letzten Jahren ein wohl kleines, aber äußerst effizientes Innendienst-Team aufgebaut, das den international tätigen Vertrieb mit Rat und Tat unterstützt und auch die Events und Vertriebspartner-Schulungen perfekt organisiert, wie Klaus-Dieter Leisenberg und Matthias Tribula bei der Emmi-Vaganza in Wien wieder einmal unter Beweis stellten:

„Bei solch einem großen Event wie der heutigen Emmi-Vaganza können wir nichts dem Zufall überlassen, alles ist professionell bis ins kleinste Detail geplant und durchorganisiert. Wir legen größten Wert darauf, dass sich unsere in- und ausländischen Gäste rundum wohlfühlen und die hohe Qualität unserer Produkte und unser Wertanspruch auch auf solche Veranstaltungen übertragen werden“, sagt Chef-Organisator Matthias Tribula. Sales- und Vertriebs-Manager Klaus-Dieter Lei-

senberg und sein Team haben bei der Emmi-Vaganza ebenfalls alle Hände voll zu tun. Ihr Part ist es, die Gäste persönlich zu betreuen und sie mit allem auszustatten, was ihr Geschäft erfolgreicher macht. Das ist keine einfache Aufgabe, zumal die Besucher aus aller Herren Länder kommen – da ist Sprachtalent und Empathie gefragt.

und schätzen gelernt und sehr schnell die Position eines Diamond-Partners erreicht. „In den Innendienst bin ich durch Dirk Ulaszewski gekommen. Er fragte mich, ob ich für eine neue Herausforderung offen bin, da er gerade gute und fähige Leute sucht, um den Innendienst auszubauen. Ich gehe gerne mit Menschen um und erkannte die Chance meiner beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung und griff zu. Heute unterstütze und motiviere ich den Außendienst, entwickle neue Projekte und Verkaufsförderungsmaßnahmen und bin die ‚Feuerwehr‘ von Dirk Ulaszewski und des Emmi-Clubs – immer mitdendrin und immer auf vollen Touren“, erzählt Klaus-Dieter Leisenberg über seine Tätigkeit. „Dieses Arbeitspensum unter Berücksichtigung der hohen Qualitätsansprüche des Unternehmens zu leisten ist jedoch nur möglich, weil wir ein sehr engagiertes und kompetentes Innendienstteam im Rücken haben.“

www.emmi-club.de

