

The background of the entire slide is a vibrant, celebratory scene. It features a stage with several people in business attire cheering and raising their arms. The air is filled with a shower of colorful confetti. Bright spotlights illuminate the scene from above, creating a festive atmosphere. In the background, a large screen displays the word 'RIMAN' in a light blue, stylized font.

READY. SET. GO.

Dein Start mit RIMAN

ORIENTIERUNGSSITZUNG • NEUE MITGLIEDER KIN-TEAM

KIN

Inhaltsverzeichnis

Navigieren Sie einfach durch die wichtigsten Themen dieser Orientierungssitzung.

Inhalt	Seiten
Einführung	3 - 4
● TEIL 1 — READY (mentale Vorbereitung und Ziele)	5
Klarheit über das Geschäft und Ihre Position · Ihr Warum · Ihre persönliche Verpflichtung und Einstellung	5 - 12
Ziele übersetzt in den Vergütungsplan · Wie Sie mit RIMAN Geld verdienen · Grundlagen des Vergütungsplans und Einkommenspotenzial · Arten von Punkten	13 - 17
Die 3 Schlüssel zur Freischaltung des Vergütungsplans	18
Planner-Lizenz und Starter-Kits · Wie man die ersten Ränge erreicht · Die Schlüssel zum Geschäftserfolg	19 - 26
Wie man monatlich 1000 SP erreicht · Ihre persönlichen Ziele	27-28
● TEIL 2 — SET (Planung, Klarheit und Ausrichtung)	29
Die 3 Methoden zur Geschäftsentwicklung · Ihre Kontaktliste · Ordnen Sie Ihr relationales Kapital · Wie man einlädt · Häufige Einwände · Die Nachverfolgung	30 - 52
System-Tools · Der vollständige Interessenten-Ablauf	53 - 55
Exklusive KIN-Profi-Tools (Backoffice, KI und Paid-Traffic-Dienste) und Ihr RIMAN-Backoffice	56-57
● TEIL 3 — GO (handeln Sie)	58
Ihre ersten 72 Stunden · Planen Sie Ihren Launch	59 - 60
Ziel: Senior Manager in 30 Tagen	61
Wöchentlicher Aktionsplan · Duplizierung	62 - 63
Fazit, Links und soziale Netzwerke	64
Zusammenfassung und Kontrollblatt zum Herunterladen	65

Willkommen zu deiner Orientierungssitzung

READY. SET. GO.

Diese Sitzung ist darauf ausgelegt, dir alles zu geben, was du brauchst, um mit Klarheit, Energie und Struktur durchzustarten. Du bist dabei zu entdecken, wie RIMAN funktioniert, was du erreichen kannst und wie du deine ersten Schritte mit dem KIN-System unternimmst.

● READY

Mentale Vorbereitung und Ziele

● SET

Planung (Zutaten und Rezept)

● GO

In die Tat umsetzen

Dein Start mit RIMAN beginnt hier.

Das hier ist kein weiteres Projekt. Es ist der Ausgangspunkt von etwas, das dein Leben verändern kann, wenn du dich wirklich dazu entscheidest, dich zu verpflichten.





Das KIN-System...

Jeder kennt es, jeder nutzt es, jeder dupliziert es.

K I N RIMAN

TEIL 1 — READY

● MENTALE VORBEREITUNG UND ZIELE

Bevor man handelt, muss man sich vorbereiten. Dieser erste Teil hilft dir, die mentale und organisatorische Grundlage aufzubauen, die du brauchst, um vom ersten Tag an erfolgreich zu sein.



Klarheit

Kläre, was du wirklich erreichen möchtest und warum du es tust



Keine Blockaden

Beseitige deine mentalen Blockaden von Anfang an



Umfeld

Schaffe ein förderliches Umfeld für das Handeln



Energie

Starte deine Aktivität mit Energie und Struktur



READY = Mentalität + Energie + Organisation



Haben Sie Klarheit über dieses Geschäft?

"Network-Marketing ist nicht perfekt, aber es ist besser." — Eric Worre

Warum diese Gelegenheit? Es gibt fünf Säulen, die RIMAN zu einer soliden Geschäftsmöglichkeit machen:

1



Das Unternehmen

Eine solide und etablierte Struktur

2



Die Produkte

Qualität, bewährte Ergebnisse und Exklusivität: Sie verkaufen sich von selbst

3



Der Vergütungsplan

Transparent und großzügig

4



Die globale Führung

Internationale Vision

5



Das KIN-System

Ein duplizierbares und bewährtes System



Wo stehst du wirklich?

Stelle dir diese Frage ehrlich:

Siehst du es als großes Projekt?

Siehst du RIMAN als echte Chance, deine Situation zu verändern?

Oder als „mal schauen, was passiert“?

Steigst du ein, um „zu sehen“, ohne echtes Engagement?



Deine Antwort bestimmt dein Engagement-Niveau... und damit deine Ergebnisse.

Wer einsteigt, um „mal zu schauen“, wird vom Geschäft übergangen.

Dein „Warum“

Dein „Warum“ ist kein schöner Satz für dein Vision Board.

Es ist das, was dich weitermachen lässt, wenn es schwierig wird 🙌

Wenn jemand Nein zu dir sagt

Ablehnung gehört zum Prozess.

Dein Warum hält dich aufrecht.

Wenn du nach der Arbeit erschöpft bist

Müdigkeit ist vorübergehend.

Deine tiefe Motivation ist dauerhaft.

Wenn eine Woche schlechter läuft als erwartet

Ergebnisse schwanken.

Dein Warum bleibt unverändert.

Fragen, die du dir stellen solltest:

- Was frustriert dich an deiner aktuellen Situation? (Zeit, Geld, Anerkennung, Freiheit...)
- Wie würde dein idealer Tag in 6–12–24 Monaten aussehen?
- Wie viel bräuchtest du pro Monat, um finanziell aufzuatmen? 300\$? 1.000\$? 5.000\$?
- Möchtest du ein Einkommen, das dein Leben grundlegend verändert?

📌 Je klarer und konkreter dein Warum ist, desto mehr Kraft gibt es dir.

Beispiele für konkrete „Warum“-Aussagen

Ein starkes Warum ist spezifisch, persönlich und emotional. Hier sind einige reale Beispiele:

“

„Ich möchte 300 € im Monat, um wirklich finanziell aufzuatmen.“

“

„Ich möchte in 12 Monaten zu 100 % von zu Hause aus arbeiten.“

“

„Ich möchte jeden Tag für meine Kinder da sein.“

”

“

„Ich möchte mir beweisen, dass ich in der Lage bin, etwas aufzubauen.“

“

„Ich möchte eine Tätigkeit, die sich meinem Lebensstil anpasst – mit Freiheit und persönlicher Entwicklung.“

“

„Ich möchte reisen, wohin ich will, wann immer ich möchte.“

”

”

”

”



Dein Warum sollte nicht „mehr Geld verdienen“ sein. Die eigentliche Frage lautet: Wofür möchtest du dieses Geld? Was möchtest du damit tun?



Dein Warum ist dein innerer Antrieb

Bevor du startest, bereite deinen Geist auf das vor, was kommt. Es wird schwierige Momente geben, aber diese Grundsätze werden dich auf dem Weg halten:



Bereite deine Mentalität vor

Die Menschen, die dich lieben, werden dich nicht immer verstehen. Das ist normal.



Erwartungen managen

Jede Enttäuschung ist nichts anderes als ein Übermaß an Erwartungen.



Ablehnung ist ein Zeichen

Ablehnung gehört zum Prozess – sie ist ein Zeichen dafür, dass du handelst.



Vertraue den Statistiken

Setze deine Hoffnungen nicht auf einzelne Personen. Vertraue den Zahlen.



Erfolg ist Beständigkeit

Erfolg bedeutet nicht, Dinge perfekt zu machen. Es bedeutet, sie konsequent zu tun.



Fokussiere dich auf den Prozess

Gib immer dein Bestes – die Ergebnisse werden kommen.



Wenn dein Warum dich begeistert, gehst du in die richtige Richtung.

Dein persönliches Engagement

Erfolg kommt nicht „wenn man kann.“ Erfolg kommt, wenn man sich entscheidet.

Bei KIN sprechen wir von eigenverantwortlichen Erwachsenen: Du weißt, dass das weder magisch noch „schnell und einfach ohne Aufwand“ ist. Und du weißt auch, dass das System erprobt ist: Wenn du es befolgst, kommst du voran.

Die Säulen deines Engagements:

Wähle dein Tempo und deine Zeitfenster

30 Min./Tag, 3×1h/Woche, dienstags 20 Uhr
Einladungen, donnerstags Präsentationen...

was auch immer für dich nachhaltig ist.

Organisiere dein Umfeld

Benachrichtigungen ausschalten, dedizierter
Arbeitsbereich.

Verpflichte dich dir selbst

„Ich gebe mir 12 Monate zu 100 %.“

Deine Ziele

Möchtest du ein zusätzliches Einkommen oder ein
außerordentliches Einkommen? In welchem Zeitraum
möchtest du sie erreichen?

 Dein Engagement schafft deine Glaubwürdigkeit... und deine zukünftige Duplikation.



Amateur vs. Profi

Der Unterschied zwischen Erfolgreichen und Erfolglösen liegt nicht im Talent. Es ist die Einstellung. In welcher Kategorie willst du spielen?

● Amateur

- Handelt nur, wenn er motiviert ist
- Sucht das perfekte Skript, statt anzurufen
- Konsumiert Inhalte, ohne Ergebnisse zu erzielen
- Wartet darauf, dass das System die Arbeit erledigt

● Profi

- Folgt dem System auch ohne Motivation
- Handelt und verbessert sich durch das Tun
- Bildet sich weiter UND handelt täglich
- Nutzt das System, um effizienter zu arbeiten

✓ Du entscheidest, in welcher Kategorie du spielen möchtest.

READY: Konkrete Ziele

✓ ÜBERSETZE DEINE ZIELE IN DEN VERGÜTUNGSPLAN

Jetzt, da du die richtige Einstellung hast, ist es an der Zeit zu verstehen, wie das Geschäft funktioniert und wie Geld verdient wird.

Dieser Teil gibt dir die technischen Grundlagen, die du brauchst, um das Wesentliche zu verstehen und mit Zuversicht voranzukommen.





Wie verdienst du Geld mit RIMAN?

Bei RIMAN wirst du für 2 Dinge vergütet:



Deine persönlichen Verkäufe

Deine eigenen und die deiner Direktkunden generieren sofortige Provisionen.



Die Entwicklung deines Teams

Dein Team generiert ebenfalls Umsatz, und du profitierst von diesem Volumen.

Je mehr dein Gesamtvolumen steigt → desto höher steigst du im Rang → desto mehr entwickeln sich deine Provisionen.

WICHTIG:



Kein Kaufzwang; kaufe nur das Produkt, das du benötigst.

Das Unternehmen fördert den Kauf, schreibt ihn jedoch nicht vor.



Die Ränge Manager und Senior Manager sind lebenslang.

Sie gehen nicht verloren, sobald sie erreicht wurden – konzentriere dich darauf, so schnell wie möglich Senior Manager zu werden.

Gesamtübersicht des Vergütungsplans

		01 UNTERNEHMEN	02 MOMENT	03 PRODUCTE	04 VERGÜTUNGS- PLAN	05 SYSTEME		
								
RIMAN		PLANNER	MANAGER	SENIOR MANAGER	TEAMLEITER	DIRECTOR	SENIOR DIRECTOR	NATIONAL DIRECTOR
ANFORDERUNG FÜR RANGAUFGSTIEG			1.000 SP x 3 Monate oder 3.000 SP in 3 Monaten	2.000 SP x 3 Monate oder 6.000 SP in 3 Monaten	10.000 SP x 5 Monate oder 50.000 SP in 5 Monaten + 3 QM	100.000 SP x 6 Monate oder 600.000 SP in 6 Monaten + 3 TL	300.000 SP ¹ in 1 Monat + 2 D	500.000 SP ¹ in 1 Monat + 4 D
DETAILHANDELS- PROVISION		10%	20-30%	30-40%	40-50%	42-52%	43-53%	44-54%
GRUPPEN- PROVISION		5%	5-10%	5-20%	5-30%	5-30%	5-30%	5-30%
EBENEN	ST	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
	ND	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
	RD	—	3%	3%	3%	3%	3%	4%
		—	—	3%	3%	3%	3%	4%
		—	—	—	3%	3%	4%	4%
FÜHRUNGSTIEFE (∞ EBENEN)			—	—	—	2%	3%	4%
EINKOMMENS BETEILIGUNG			—	—	—	2+ PUNKTE	7+ PUNKTE	12+ PUNKTE

¹RIMAN garantiert keinen finanziellen Erfolg. Der Erfolg bei RIMAN hängt ausschließlich von deinen eigenen erfolgreichen Verkaufsbemühungen ab, die harte Arbeit, Fleiß, Fähigkeit, Ausdauer, Kompetenz und Führungsstärke erfordern. Dein Erfolg hängt davon ab, ob du diese Eigenschaften besitzt und wie gut du sie anwendest.

K I N

- ⚠ Dies ist lediglich ein Überblick über den Vergütungsplan. Es ist völlig normal, nicht alles auf Anhieb zu verstehen — hier werden nur die Grundlagen vermittelt, um die ersten Schritte zu gehen. Im Backoffice von KIN findest du wesentlich umfangreichere Videos und Schulungen, um tiefer einzusteigen, wenn du bereit bist.

Einkommenspotenzial nach Rang (orientierend)

Es ist grundlegend, das Einkommenspotenzial zu verstehen, das mit jedem Rang innerhalb von RIMAN verbunden ist. Es ist jedoch entscheidend, von Anfang an die richtigen Erwartungen zu setzen:

- Diese Zahlen sind Richtwerte
- Sie hängen von Aktivität, Beständigkeit und Team ab
- Jedes Geschäft ist einzigartig und jede Person schreitet in ihrem eigenen Tempo voran

1

 **Manager**

Zwischen **300 \$ und 500 \$** ca. monatlich.

2

 **Senior Manager**

Ab **1.000 \$** + monatlich.

3

 **Team Leader**

Zwischen **5.000 \$ und 10.000 \$** + monatlich.

4

 **Director**

Zwischen **40.000 \$ und 50.000 \$** + monatlich.

5

 **Senior Director**

Zwischen **70.000 \$ und 80.000 \$** + monatlich.

6

 **National Director**

100.000 \$ + monatlich.

Manager und Senior Manager sind realistische kurzfristige Ziele. Die höheren Ränge sind mittel- bis langfristige Ziele.

 **Haftungsausschluss:** Es gibt keine Garantie für wirtschaftliche Ergebnisse. Die Einkünfte bei RIMAN hängen ausschließlich von den Bemühungen, der Beständigkeit, den Fähigkeiten und der Strategie jedes Einzelnen ab.



Die 2 Arten von Punkten

Den Unterschied zwischen SP und BP zu verstehen ist grundlegend, um zu verstehen, wie deine Progression und deine Vergütung funktionieren.

Typ	Rolle	In der Praxis
SP — Sales Points	Qualifizieren dich für die Ränge	Messen deine Aktivität
BP — Business Points	Bringen dir Geld ein	Berechnungsgrundlage der Provisionen

SP = dein Rang

Bestimmt, auf welcher Stufe du dich innerhalb der Struktur befindest (= dein Provisionsprozentsatz)

BP = dein Geld

Bestimmt, wie viel du in jedem Zeitraum verdienst

 Indikativer Umrechnungskurs: 1\$ $\approx$ 0,9 SP $\approx$ 0,7 BP



Die 3 Schlüssel zum Freischalten des Vergütungsplans

RIMAN belohnt dich dafür, dass du ein solides Geschäft aufbaust, das auf **zufriedenen Kunden und echter Aktivität** basiert. Um das maximale Potenzial des Vergütungsplans auszuschöpfen, ist es von Anfang an entscheidend, diese drei Schlüssel zu kennen:



1. Aktive Kunden

Um bestimmte Provisionen und Boni freizuschalten, benötigst du:

- Manager und Senior Manager 👉 **3 aktive Kunden.**
- Team Leader und höher 👉 **5 aktive Kunden.**

Ein aktiver Kunde ist jemand, der **mindestens einen Kauf im laufenden Kalendermonat** getätigt hat.



Empfehlung: Hilf deinem engsten Umfeld, einfache und leicht empfehlbare Produkte auszuprobieren (z. B. Multistick Balm oder Sonnenschutz).



2. Registrierte Kunden

Einige wichtige Boni im System erfordern:

👉 **10 registrierte Kunden insgesamt**

Sie müssen nicht jeden Monat kaufen; es genügt, dass sie über deinen persönlichen Link ein Kundenkonto erstellt haben.



Empfehlung: Teile immer deinen direkten Kundenlink, wenn jemand nach Preisen oder Produktinformationen fragt.



3. Monatliches persönliches Volumen

Viele wichtige Boni werden freigeschaltet mit:

👉 **1.000 persönliche SP pro Monat**

Dieses Volumen umfasst **deine eigenen Käufe sowie die Käufe deiner Direktkunden.**



Empfehlung: Organisiere wöchentlich eine K-POP Party und nimm an monatlichen Events mit deinem Team teil, um auf natürliche Weise Kunden und Volumen zu generieren.



Kerngedanke: Wenn du dem System konsequent folgst und eine konstante Aktivität aufrechterhältst, werden diese „3 Schlüssel“ in der Regel auf natürliche Weise erreicht und bilden eine solide Grundlage für dein Geschäft.

Dein Startpunkt: die Planner-Lizenz und die Starter-Kits

Planner-Lizenz ~20\$

- Zugang zu deinem persönlichen Online-Shop
- Zugang zum vollständigen Vergütungsplan
- Generiert keine Punkte (oder Provisionen) — nur Produktverkäufe zählen

Die Produkt-Kits sind optional, aber empfohlen:

Basic ~300 SP

~300\$ | 300 SP | 200 BP

Zum Ausprobieren der Produkte

Advanced ~1.000 SP

~1200\$ | 1000 SP | 670 BP

Für deine ersten Kunden

Business ~1.500 SP

~1650\$ | 1500 SP | 1000 BP

Zum Verkaufen ohne
Lagerengpässe + wichtiges
Volumen generieren

Die Starter-Kits sind rentabler, weil einige Produkte als Zugabe enthalten sind – du kannst aber auch einzelne Produkte kaufen.

 Kein Kauf ist verpflichtend, aber es ist empfehlenswert, die Produkte zu nutzen oder zumindest auszuprobieren, um sie aus eigener Erfahrung empfehlen zu können.

 **Hinweis:** Die Starter-Kits variieren je nach Land. Sie können innerhalb der ersten 30 Tage nach dem Geschäftsstart erworben werden. Die hier angegebenen Preise und Inhalte sind allgemeine Richtwerte.



Welcher Start passt zu dir?

Du hast verschiedene Möglichkeiten je nach deiner Situation und deinen Zielen. Wähle die Option, die am besten zu dir passt:

Entdeckung

Basic-Kit oder Einzelprodukte.

Ideal, um die Produkte kennenzulernen, bevor du dich stärker engagierst.

Aufbau

Business-Kit (~1.500 SP). Für alle, die vom ersten Tag an aufbauen möchten.

Beschleunigt

2 Business-Kits (~3.000 SP). Manager-Status ab dem ersten Tag.

Provisionen von 20 % statt 10 % von Anfang an.

✓ Du entscheidest: ausprobieren, aufbauen ... oder durchstarten.

Der Weg zu den ersten Rängen



 **Manager**

3.000 SP – in 3 Monaten

Dein erster Meilenstein

XX – XXX\$



 **Senior Manager**

6.000 SP – in 3 Monaten

Erster wichtiger Rang

XXX – X.XXX\$



 **Team Leader**

50.000 SP – in 5 Monaten

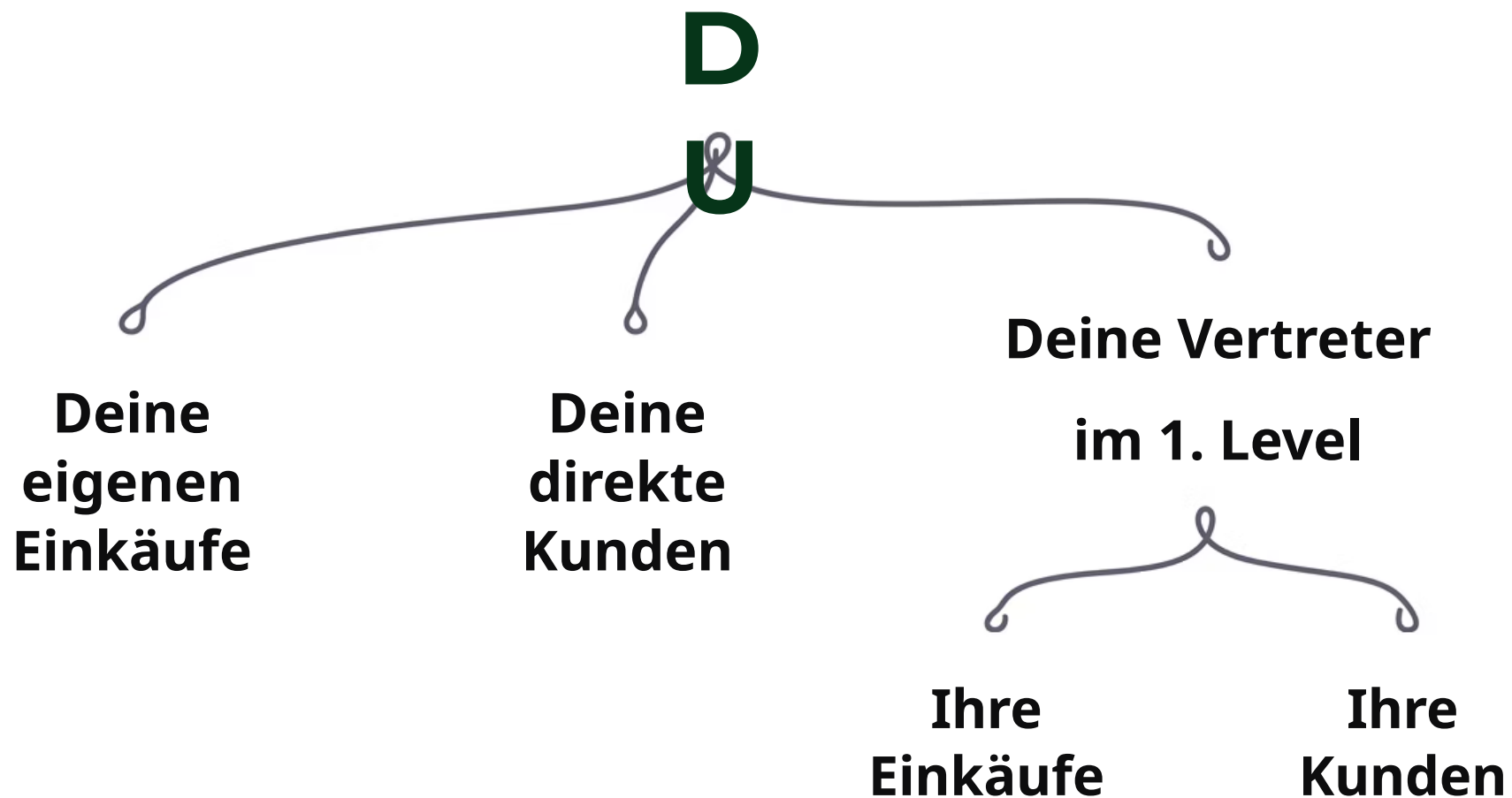
Erster Führungsrang

X.XXX – XX.XXX\$

-  Dein erstes großes Ziel = Senior Manager werden und 3 Personen dabei helfen, dasselbe zu erreichen, die ihrerseits dasselbe tun, damit du Team Leader wirst, sobald du die Rangvoraussetzungen erfüllst.

Woher kommt das Volumen, um Manager und Senior Manager zu erreichen?

Das Volumen kommt nicht nur von dir. Es ist eine Kombination aus verschiedenen Quellen, die sich addieren:



Für die folgenden Ränge zählen auch andere Ebenen deiner Organisation.

Wie man Manager wird

3.000 SP

Das Ziel, um den Manager-Rang zu erreichen

10 Personen

Jede mit ~300 SP

(Basis-Kit oder gleichwertig)

3 Personen

Jede mit ~1.000 SP

(Advanced-Kit oder gleichwertig)

2 Personen

Jede mit ~1.500 SP

(Business-Kit oder gleichwertig)

1 Person (du)

Kaufe 2 Business-Kits ($1.500 + 1.500 = 3.000$ SP
persönliches Volumen)

oder eine Kombination aus mehreren dieser Optionen



Voraussetzungen:

- 3 aktive Kunden, um deine Provisionen auszahlen zu lassen (andernfalls werden sie zurückgehalten, bis du sie hast)
- Maximal 1.500 SP pro Ast (das Limit pro Ast gilt nur für das Teamvolumen, nicht für das persönliche Volumen)
- Maximale Frist: 3 Monate

So erreichen Sie den Senior Manager

6.000 SP

Das Ziel, um den Rang des Senior Managers zu erreichen

3 einfache Möglichkeiten, es zu erreichen

1 Fokus auf Kunden

- Du: 2.000 SP
- Kunden: 4.000 SP
- 👉 Gesamt = 6.000 SP

2 Aufbau eines Basisteam

- Du + Kunden: 1.000 SP
- Planner A: 2.500 SP
- Planner B: 2.500 SP
- 👉 Gesamt = 6.000 SP

3 Ausgewogenes Team

- Du + Kunden: 1.000 SP
- Planner A: 2.000 SP
- Planner B: 1.500 SP
- Planner C: 1.500 SP
- 👉 Gesamt = 6.000 SP

⚠️ Wichtig

- Maximal 3.000 SP pro Ast (gilt nur für das Team, nicht für das persönliche Volumen)
 - Sie benötigen 3 aktive Kunden, um Ihre Provisionen auszahlen zu lassen
 - Maximale Zeitdauer: 3 Monate
- ✅ Sie können es allein durch Verkäufe erreichen, aber echtes Wachstum erfordert Duplizierung

✅ Wichtige Tipps

- 🔥 Kombinieren Sie Verkäufe und Team von Anfang an (denken Sie an Duplizierung, nicht nur an Umsatz)
- 🔥 Denken Sie in **Breite**, d.h. schaffen Sie von Anfang an mindestens 9–10 Äste. Damit bereiten Sie sich auf den Rang des Team Leaders und höher vor.

📌 👉 Der Rang des Senior Managers ist der entscheidende Rang, auf den man sich konzentrieren sollte.

🔥 **Ihr Unternehmen muss zu einer Fabrik für die Entwicklung von Senior Managern werden** 🔥

Wie man Team Leader wird

50.000 SP

Das Ziel, um den Rang des Team Leaders zu erreichen

3 einfache Möglichkeiten, es zu erreichen

1 Strukturiertes Team

- 3 aktive Senior Manager
- Jeder mit eigenem Team (~15.000–17.000 SP)
- 👉 Gesamt ≈ 50.000 SP

2 Ausgewogenes Wachstum

- Du + Kunden: 10.000 SP
- Linie A: 20.000 SP
- Linie B: 20.000 SP
- 👉 Gesamt = 50.000 SP

3 Team in Expansion

- Du + Kunden: 5.000 SP
- 3–5 aktive Planner mit eigenen Teams
- 👉 Gesamt = 50.000 SP

⚠️ Wichtig

- Du benötigst mindestens 3 Senior Manager in deinem Team
- Maximal 25.000 SP pro Linie
- Das persönliche Volumen kann beitragen (bis zu 20.000 SP)
- Du benötigst 5 aktive Kunden, um deine Provisionen auszahlen zu lassen
- Maximale Zeit: 5 Monate

❌ Allein durch Verkauf nicht erreichbar

✅ Wichtige Tipps

- 🔥 Führungskräfte formen, nicht nur Verkäufer
- 🔥 Dupliziere, was du selbst tust
- 🔥 Baue mehrere starke Linien auf

📌 **Abschließender Gedanke:** Hier wechselst du davon, Einkommen zu generieren ... hin zum Aufbau eines skalierbaren Unternehmens. Es ist der erste große Führungsrang, mit der Möglichkeit, 4- oder 5-stellige Beträge pro Monat zu erwirtschaften, da sich beim Erreichen dieses Rangs neue Einkommensquellen eröffnen.

Der Schlüssel liegt nicht darin, den gesamten Plan zu verstehen

Die meisten erfolgreichen Führungskräfte **haben den gesamten Vergütungsplan am Anfang nicht verstanden.**

Der wahre Schlüssel liegt darin, eine **Kultur** zu schaffen und **einfache Gewohnheiten zu duplizieren.**

✓ Kultur der 1000 persönlichen SP

Monatlich **1000 SP persönliches Volumen** durch Kunden und direkte Verkäufe zu generieren, ermöglicht es, den Vergütungsplan vollständig zu erschließen und eine stabile Aktivität aufzubauen.

✓ Senior Manager entwickeln

Echtes Wachstum entsteht durch Duplikation. Das Ziel ist nicht nur zu rekrutieren, sondern anderen Menschen zu helfen, den **Schlüsselrang** des Senior Managers zu erreichen.

✓ In die Breite aufbauen

Beschränke dich nicht auf 3 oder 4 Linien. Baue mindestens **10 aktive Linien** auf, um eine solide und dauerhafte Organisation zu schaffen.



Je mehr du diese einfachen Gewohnheiten duplizierst, desto natürlicher wächst die Organisation. Du musst nicht alles von Anfang an verstehen – der Plan wird klarer, während du ihn aufbaust.

Wie erreicht man 1000 persönliche SP?

Die 1000 persönlichen SP lassen sich einfacher erreichen als gedacht, dank **Alltagsprodukten** und wiederkehrenden Kunden.

Beispiele für monatliches Volumen:

Produkte	SP	BP	Preis (€)	Planner	M	SM	TL	Pakete für 1000 SP
Reiniger + Boo-Se-Boo + Creme	180	121	201\$	12\$	24\$	36\$	48\$	6
Boo-Se-Boo + Creme	148	100	165\$	10\$	20\$	30\$	40\$	7
Reiniger + Boo-Se-Boo	121	81	135\$	8\$	16\$	24\$	32\$	9
Vollständiges Ritual	314	209	351\$	21\$	42\$	63\$	84\$	4

Zusammenfassend lassen sich die 1000 SP pro Monat durch den Verkauf von folgenden Produkten erreichen:

4

Vollständige Rituale

6

Reiniger + Boo-Se-Boo + Creme

7

Boo-Se-Boo + Creme

9

Reiniger + Boo-Se-Boo



👉 Das Ziel ist nicht aggressiver Verkauf, sondern der schrittweise Aufbau eines zufriedenen und wiederkehrenden Kundenstamms. 🔥 Eine starke Organisation wird mit **einfachen und duplizierbaren Gewohnheiten** aufgebaut.



Deine persönlichen Ziele

Nimm dir einen Moment, um deine Ziele zu definieren. Je konkreter sie sind, desto mehr Kraft haben sie.



Diesen Monat

Was möchtest du in den nächsten 30 Tagen erreichen?



In 90 Tagen

Welchen Rang oder welches Volumen möchtest du erreichen?



In 1 Jahr

Wo möchtest du in 12 Monaten stehen?



Zielrang

Welchen Rang möchtest du erreichen?



Zielgehalt

Wie viel möchtest du pro Monat verdienen?

TEIL 2 — SET

● PLANUNG - RICHTUNG - KLARHEIT

SET ist die Phase, in der du dein Geschäft organisierst, bevor du in die Umsetzung gehst.

In dieser Phase wirst du:

- Deine Kontaktliste aufbauen (dein relationales Kapital)
- Eine Mentalität der unendlichen Liste entwickeln
- Deine Kontakte klassifizieren und priorisieren
- Verstehen, wie man richtig einlädt und nachfasst
- Die Werkzeuge des Systems nutzen lernen

i SET gibt dir Klarheit und Richtung und verhindert, dass du ohne Fokus oder unstrukturiert handelst





Die 3 Methoden zur Entwicklung deines Unternehmens

Es gibt drei Hauptwege, um diese Möglichkeit zu entwickeln.

A. Networking (Kontaktliste)

Du arbeitest mit Personen, die dich bereits kennen. Du erstellst deine Liste, nimmst Kontakt auf und schickst sie zu einer Präsentation (Video, Zoom...).

- ✓ Einfach und duplizierbar
- ✓ Ohne Investition
- ✓ Vertrauensbasiert

B. Personal Branding (Social Media)

Du gewinnst Menschen durch Inhalte und Positionierung.

- ✓ Größere Reichweite
- ✓ Basiert auf der Beziehung, die du mit deinem Publikum aufbaust
- ⚠ Erfordert Zeit, Kontinuität und digitale Kompetenzen

C. Funnels und Werbung

Automatisierte Systeme mit Anzeigen und Verkaufstrichtern.

- ✓ Sehr skalierbar
- ✓ Stärker automatisiert
- ⚠ Erfordert technisches Know-how und Investition

  **Empfohlener Fokus: Networking (A).** Es ist die einfachste und am besten duplizierbare Methode für den Einstieg.

In diesem Startleitfaden (Ready, Set, Go) konzentrieren wir uns auf die **traditionelle Networking-Methode**, da sie die **einfachste und am besten duplizierbare** ist. Später können wir tiefer in folgende Themen eintauchen: Personal Branding, Funnels und Automatisierung für diejenigen, die skalieren möchten.

Deine Kontaktliste: Das wertvollste Kapital

Du befindest dich in einem **Beziehungsgeschäft**. Deine Kontaktliste ist das Fundament deines Unternehmens:

Dein Beziehungskapital

Das Vertrauen und die Verbindungen, die du bereits aufgebaut hast.

Die Basis deines Wachstums

Jeder Kontakt eröffnet neue Möglichkeiten und erweitert dein Netzwerk.

Erstelle deine Liste: Ohne Filter!

Trage ALLE deine Kontakte ein, ohne vorab zu urteilen: vom engsten Umfeld bis zu entfernten Bekannten.



Familie und Freunde

Dein engster Kreis und die Menschen mit dem größten Vertrauen.



Berufliche Kontakte

Kollegen, ehemalige Mitarbeiter, Geschäftspartner und Lieferanten.



Soziale Netzwerke

Kontakte aus Facebook, Instagram, LinkedIn und Gruppen.



Verschiedene Bekannte

Nachbarn, Schulbekanntschaften, Hobbys und Vereine.

i Je größer deine anfängliche Liste, desto mehr Möglichkeiten hast du und desto weniger Druck verspürst du beim Kontaktieren.



Kerngedanke: Jede Person auf deiner Liste eröffnet auch Zugang zu ihrem eigenen Netzwerk. **Deine Liste wächst exponentiell.**



✗ Entscheide nicht, wer geeignet ist und wer nicht

Urteile nicht im Voraus. Erstelle zunächst die größtmögliche und vollständigste Liste.

Klassifiziere und Priorisiere deine Liste für den Erfolg

Sobald du alle deine Kontakte gesammelt hast, ist der nächste entscheidende Schritt, sie zu klassifizieren und zu priorisieren. Dies ermöglicht es dir, deine Bemühungen effektiver zu fokussieren und **deine Energie auf die Personen mit dem größten Anfangspotenzial** für dein Geschäft zu lenken.



Vertrauen

Das sind die Menschen, mit denen du eine **enge Beziehung** pflegst, die **dir vertrauen** und deinen Empfehlungen. Enge Familienmitglieder, enge Freunde, Mentoren oder sehr vertrauenswürdige Kollegen. Ihre anfängliche Unterstützung ist unschätzbar wertvoll.



Einstellung

Suche nach Menschen mit einer **positiven Denkweise, die offen** für neue Ideen und Möglichkeiten sind. Personen, die **proaktiv und unternehmerisch** denken oder aktiv ihre persönliche oder berufliche Situation verbessern möchten. Sie sind empfänglicher für die Botschaft.



Autorität

Berücksichtige ihr **sozioökonomisches Profil**, ihren persönlichen **Ehrgeiz** oder ihren **Einfluss** in ihrem Umfeld. Das können Gemeinschaftsführer, erfolgreiche Fachleute, Geschäftsinhaber oder Personen mit weitreichenden Netzwerken sein. Ihre Beteiligung kann einen Dominoeffekt auslösen.

Es ist wichtig zu verstehen, dass manche Personen in eine, zwei oder sogar alle drei Kategorien passen können.

Dein Hauptziel ist es, diejenigen zu identifizieren, die sich im Schnittpunkt dieser drei Säulen befinden.



Deine **TOP 15-20**: Die Personen, die alle drei Kriterien erfüllen, haben für dich höchste Priorität. Sie werden dir den stärksten Anfangsschub geben.



Niemanden ausschließen

Personen, die keine unmittelbare Priorität sind, sollten **NICHT** von deiner Liste gestrichen werden. Sie stehen lediglich nicht im Mittelpunkt deiner ersten Aktionen. Du kannst sie später kontaktieren, sobald du Erfahrung und Schwung mit deiner Prioritätsgruppe gewonnen hast.

Das Grundprinzip:

Einladen, NICHT Erklären oder Überzeugen

Wende das „**Einladungsprinzip**“ an: Wecke Interesse, ohne zu viele Informationen preiszugeben.

Verkaufe oder überzeuge nicht zu Beginn – öffne einfach die Tür zu einem Gespräch.

Bleibe einfach und direkt: erkläre nicht alles. Erzeuge Neugier und lass die Werkzeuge die Arbeit machen.

✗ Was du NICHT tun solltest

- Jemanden davon überzeugen, beizutreten
- Den gesamten Vergütungsplan erklären
- 20 Minuten über die Produkte sprechen, wenn du jemanden zum ersten Mal einlädst
- Alle Fragen vor der Präsentation beantworten

✓ Was du TUN solltest

- Neugier wecken
- Dazu einladen, mehr zu entdecken
- Die Werkzeuge die Arbeit machen lassen
- Eine Haltung der Fülle bewahren

Deine Rolle ist es, zu VERBINDEN, nicht zu erklären: Du musst niemanden überzeugen – nur verbinden und die Tür zu einer Chance öffnen. Die Entscheidung liegt immer bei ihnen.

→ Du verbindest

Du identifizierst die Person und initiiert das erste Gespräch

→ Die Werkzeuge erklären

Das Video, die Präsentation oder das Zoom-Meeting übernehmen die Erklärungsarbeit

→ Das System schließt ab

Dein Upline oder das Drei-Wege-Gespräch hilft bei der Entscheidungsfindung

- ✓ So präsentierst du dich als jemand, der hilft – nicht als jemand, der Druck ausübt. Das stärkt deine Beziehungen und hilft dir, ein Geschäft auf der Grundlage von Vertrauen und Respekt aufzubauen.

So laden Sie ein: Die grundlegende 3-Schritte-Struktur

01

Sie teilen eine Entscheidung

Sie laden nicht zu einem Geschäft ein.
Sie laden ein, eine Entscheidung /
Neuigkeit kennenzulernen. Ziel:
Neugier wecken.

Beispiele:

- „Ich fange gerade etwas Neues an, das mich sehr begeistert...“
- „Ich habe eine wichtige Entscheidung getroffen und wollte es dir erzählen...“
- „Ich steige in ein neues Projekt ein und es motiviert mich sehr...“

02

Sie erzeugen Exklusivität

Die Person soll das Gefühl haben,
aufgrund ihres Profils, ihrer
Einstellung oder ihres Timings gut zu
passen. Oder dass der Zeitpunkt
genau richtig ist.

Beispiele:

- „Ich habe an dich gedacht, weil ich glaube, dass es sehr gut zu dir passt...“
- „Du gehörst zu den ersten Personen, denen ich davon erzähle...“
- „Aufgrund deiner Persönlichkeit / deiner Denkweise glaube ich, dass dich das interessieren könnte...“

03

Sie schlagen den nächsten Schritt vor

Sie erklären nicht, sondern geben eine einfache Option zum Weitermachen.
Das kann ein Call-to-Action sein, nach einer Meinung fragen oder anderen Kontakten die Tür öffnen.

Beispiele:

- „Soll ich dir ein kurzes Video schicken oder bevorzugst du ein Live-Zoom?“
- „Wenn du möchtest, schicke ich dir ein kurzes Video und du sagst mir, was du davon hältst“
- „Hast du diese Woche 15 Minuten und ich zeige es dir?“
- „Und falls es nichts für dich ist – kennst du jemanden, dem es passen könnte?“

Ihre Haltung: Selbstvertrauen ist alles

Ihre Einstellung zählt genauso viel wie die Botschaft. Seien Sie klar, respektvoll und sicher.



Sie schlagen vor, Sie betteln nicht

Bieten Sie Mehrwert an, nicht
Bedürftigkeit.



Sie respektieren das „Nein“

Ein „Nein“ jetzt ist kein „Nein“ für
immer.



Sie übertragen echte Energie

Seien Sie authentisch und vermeiden
Sie Druck.



Abschließender Kerngedanke

👉 Sie **verkaufen** kein Geschäft, Sie **teilen** eine Entscheidung.

👉 Sie **erklären** nicht, Sie **laden** zum Entdecken ein.



Das Bild der Eröffnung

Stell dir vor, du eröffnest ein Restaurant. Du erklärst jedem Gast nicht die komplette Speisekarte, die Lieferanten und den Geschäftsplan. Du lädst sie einfach zur Eröffnung ein.

1

Du verkündest eine Entscheidung, eine Neuigkeit

Du teilst mit, dass du etwas Neues und Aufregendes startest

2

Du lädst ein, es zu entdecken

Du lädst sie ein, mehr darüber zu erfahren – ohne Druck

3

Du lässt sie entscheiden

Die Entscheidung liegt bei ihnen. Du öffnest nur die Tür.

Wie du je nach Profil deines Kontakts sprichst

Nicht alle Menschen reagieren gleich. Passe deine Botschaft an ihr Profil an, um besser zu verbinden, Neugier zu wecken und eine positive Antwort zu erhalten.

Dies sind Beispiele für jedes Profil deiner Prioritätsliste, stets nach dem Prinzip „Einladen, nicht erklären oder überzeugen“:

Hohes Vertrauen

Mit diesen Personen kannst du direkter sein.

„Hey, ich fange etwas Neues an und dachte als Erstes an dich, um es dir zu zeigen.“

Kann ich dir ein kurzes Video schicken und du sagst mir deine Meinung?“

„Ich habe ein Projekt gestartet, das mich sehr begeistert, und dachte an dich. Ich würde es dir gerne zeigen und wissen, was du davon hältst.“

„Ich teste etwas Neues in Beauty und Business und würde gerne deine ehrliche Meinung.“

Hast du 10–15 Min., um ein Video anzusehen?“

Positive Einstellung

Sprich ihre Energie und Offenheit an.

„Ich liebe deine Energie und wie offen du für neue Dinge bist. Ich fange etwas an, das ich für dich passend halte, soll ich dir ein kurzes Video schicken?“

„Ich habe das Gefühl, du gehörst zu den Menschen, die immer in Bewegung sind und neue Dinge ausprobieren. Ich bin bei einem Projekt, das dich interessieren könnte, möchtest du es sehen?“

„Ich weiß, dass du gerne wächst und an interessanten Projekten beteiligt bist. Ich fange etwas Neues an und würde es dir gerne zeigen, soll ich dir ein schnelles Video schicken?“

Unternehmerisches Profil

Sprich über Business, Chancen und Ergebnisse.

„Ich entwickle ein internationales Projekt in einem soliden Unternehmen und würde gerne deine Meinung einholen. Bevorzugst du ein kurzes Video oder ein Gespräch per Zoom?“

„Ich habe begonnen, eine Geschäftslinie im K-Beauty-Sektor aufzubauen, der gerade in Europa einsteigt. Ich schätze dein Urteil, darf ich dir eine kurze Einführung schicken?“

„Ich prüfe eine Chance mit europäischem Entwicklungspotenzial und dachte an dich. Hast du diese Woche 15 Min., damit ich es dir zeigen kann?“



Schlüssel: Passe die Botschaft an, aber behalte die Einfachheit und Authentizität bei.

Häufige Einwände

Die häufigsten Einwände und wie man darauf antwortet – ohne Druck, mit Natürlichkeit und Selbstvertrauen.

Einwände sind keine Ablehnung. Sie sind ein Zeichen dafür, dass die Person nachdenkt. Deine Aufgabe ist es nicht zu überzeugen, sondern Fragen ruhig und selbstbewusst zu klären.

⚠ Die goldene Regel

Werde niemals defensiv. Zuhören, bestätigen und umlenken.



Grundprinzip

Ein Einwand ist kein „Nein“. Es ist eine verkleidete Frage.

Ihre Haltung gegenüber einem Einwand kann ein mögliches Hindernis in eine Chance verwandeln, Vertrauen aufzubauen und voranzukommen.

Ihre Haltung gegenüber einem Einwand:

Aktiv Zuhören

Lassen Sie die Person ihren Gedanken beenden. Vermeiden Sie Unterbrechungen und konzentrieren Sie sich darauf, ihre Perspektive zu verstehen.

Bedenken Anerkennen

Erkennen Sie ihren Standpunkt an. Formulierungen wie „Ich verstehe, dass Sie das so sehen..." oder „Das ist eine sehr logische Frage..." zeigen Empathie und eröffnen den Dialog.

Kurz und Präzise Antworten

Bieten Sie eine prägnante und direkte Antwort. Rechtfertigen Sie sich nicht und schweifen Sie nicht ab. Gehen Sie auf den Einwand ein und stellen Sie, wenn möglich, eine Frage, die das Gespräch umlenkt.

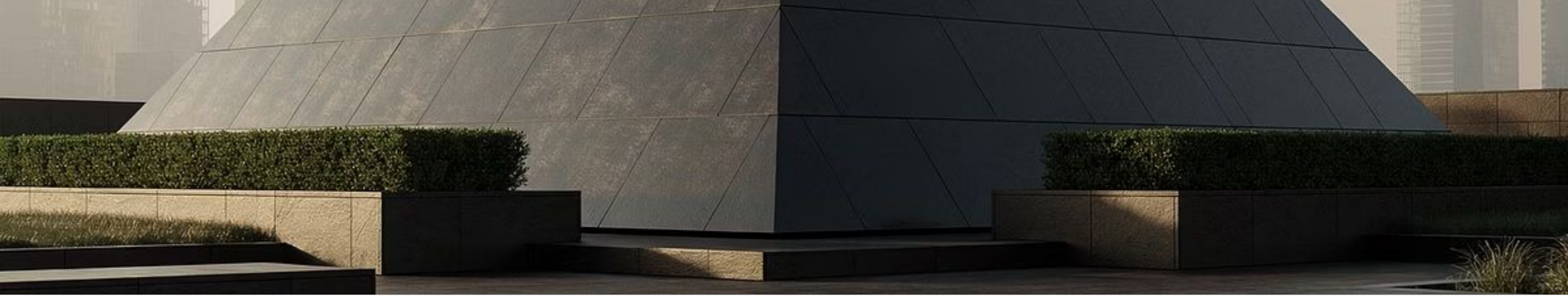
Zum Nächsten Schritt Weiterleiten

Sobald der Einwand behandelt wurde, lenken Sie das Gespräch wieder auf das Ziel – sei es das Ansehen des Videos, die Teilnahme am Zoom oder eine andere Maßnahme.

- ☐ Wenn Sie versuchen, die Diskussion zu gewinnen, verlieren Sie den Interessenten. Wenn Sie seinen Zweifel bestätigen, gewinnen Sie sein Vertrauen.



Denken Sie daran: Einwände sind ein Zeichen dafür, dass Ihr Kontakt aktiv nachdenkt und Interesse hat. Gehen Sie ruhig und strategisch damit um.



EINWAND 1: „Ist das eine Pyramide?“

Dies ist zweifellos die häufigste Frage und es ist völlig normal, dass sie auftaucht. Anstatt dich zu erschrecken, betrachte sie als eine Gelegenheit, aufzuklären und Vertrauen aufzubauen.

✗ Was du NICHT tun solltest:

Nervös oder defensiv werden

Eine 10-minütige technische Erklärung abgeben

Mit Unternehmensstrukturen vergleichen

✓ Empfohlene Antwort:

Dein Ziel ist es, den Einwand mit Ehrlichkeit zu entkräften und eine klare, einfache Perspektive anzubieten. Hier sind zwei Optionen – eine ausführlichere und eine kürzere:

“

„Ich verstehe die Frage, es ist völlig normal, sie zu stellen. Eine Pyramide ist ein System, bei dem es kein echtes Produkt gibt und nur durch das Anwerben von Leuten verdient wird. Hier gibt es echte Produkte, die an echte Kunden verkauft werden, und der Verdienst basiert auf diesen Verkäufen. Du kannst sogar Geld verdienen, ohne jemanden zu rekrutieren – einfach durch den Verkauf. Soll ich dir mehr Infos über das Unternehmen schicken, damit du dir selbst ein Bild machen kannst?“

”

“

Kurzversion:

„Gute Frage. RIMAN ist ein Unternehmen mit echten Produkten und einem vertriebsbasierten Vergütungsplan. Ich zeige es dir und du entscheidest selbst.“

”



Betone bei der Behandlung dieses Einwands die Existenz greifbarer Produkte und den Fokus auf Vertrieb – nicht nur auf die Gewinnung neuer Mitglieder.



EINWAND 2: „Ich habe keine Zeit“

Dies ist zweifellos einer der häufigsten Einwände, nur übertroffen von der „Pyramiden“-Frage. Es ist entscheidend, ihn mit Empathie anzugehen, die Berechtigung der Sorge anzuerkennen, ohne sie jedoch zu einer unüberwindbaren Hürde werden zu lassen.

Was damit wirklich gemeint ist:

Ich weiß nicht, ob es sich lohnt, Zeit dafür zu investieren

Mein Leben ist bereits voll und ich möchte keine weiteren Verpflichtungen eingehen.

Ich möchte mich nicht auf etwas einlassen, das mir weitere Energie kostet.

Die Ursache dieses Einwands zu verstehen, ermöglicht es Ihnen, effektiver zu reagieren und Vertrauen aufzubauen.

✓ Empfohlene Antwort:

Das Ziel ist zu zeigen, dass sich das Geschäft an das Leben des Gegenübers anpasst – nicht umgekehrt – und dass die investierte Zeit mittelfristig sehr flexibel und wertvoll sein kann, sodass man letztlich mehr Zeit für sich gewinnt.

“

„Ich verstehe dich vollkommen – ich führe selbst ein beschäftigtes Leben und schätze meine Zeit sehr. Genau deshalb hat mich dieses Projekt interessiert: Viele von uns starten mit nur 30–45 Minuten pro Tag, indem wir die freien Momente nutzen, die wir ohnehin haben. Es geht nicht darum, das aufzugeben, was du bereits tust, sondern darum, deine Zeit besser zu optimieren und zu nutzen, um etwas Zusätzliches aufzubauen – das dir genau die Zeit zurückgeben kann, die du brauchst. Was hältst du davon, dir dieses kurze Video anzusehen und dann zu entscheiden, ob es sich lohnt, ein paar Minuten mehr zu investieren, um es weiter zu erkunden?“

”

“

Kurzversion:

„Ich verstehe, dass deine Zeit wertvoll ist. Ich bitte dich jetzt nicht um Zeit – nur darum, dir ein 15-minütiges Video anzusehen. Wenn es danach nicht passt, lassen wir es dabei. Soll ich es dir schicken?“

”

⚠️ ➡️ **Schlüssel:** Bestätigen Sie den Einwand, betonen Sie die Flexibilität und den geringen anfänglichen Aufwand, und lenken Sie immer zum nächsten Schritt weiter (Informationen ansehen).



EINWAND 3: „Ich bin kein Verkäufer/keine Verkäuferin“

Dies ist eine sehr häufige Sorge, die entsteht, weil Menschen „Verkaufen“ oft mit aggressiven oder unehrlichen Taktiken verbinden. Ihr Ziel ist es, diese Wahrnehmung zu verändern und zu zeigen, dass es in diesem Geschäft darum geht, **zu verbinden und zu teilen**, nicht um Druck auszuüben.

Was damit wirklich gemeint ist:

Ich sehe mich nicht von Tür zu Tür gehen.

Ich möchte meine Freunde nicht unter Druck setzen.

Es ist mir unangenehm zu verkaufen.

✓ Empfohlene Antwort:

Das Ziel ist zu zeigen, dass das Wesen dieses Geschäfts in der **echten Empfehlung** liegt, nicht im erzwungenen Verkauf.

„Ich verstehe dich vollkommen. Ich habe mich selbst auch nicht als Verkäufer/in gesehen. In Wirklichkeit geht es mehr darum, etwas zu empfehlen, das dir gefällt – so wie wenn du einem Freund ein Restaurant oder eine Serie empfiehlst. Du musst niemanden überzeugen – einfach teilen. Hast du jemals etwas empfohlen, das du geliebt hast? Genau darum geht es.“

Kurzversion:

„Man muss kein Verkäufer sein. Wenn du jemals etwas empfohlen hast, das dir gefällt, kannst du es bereits. Sollen wir dir zeigen, wie es funktioniert?“

⚠️ 📌 **Schlüssel:** Definiere „Verkaufen“ als „Empfehlen“ und „Teilen“ neu. Betone die Natürlichkeit der Interaktion und die Abwesenheit von Druck, um Vertrauen aufzubauen.



EINWAND 4: "Ich muss es mit meinem Partner besprechen"

Dies ist ein sehr häufiger Einwand, der oft berechtigt ist, da wichtige Entscheidungen in der Regel gemeinsam getroffen werden. Manchmal kann es jedoch auch eine höfliche Art sein, Zeit zu gewinnen oder Unentschlossenheit auszudrücken. Ihr Ziel ist es, die Berechtigung seiner Bedenken anzuerkennen und den nächsten Schritt zu erleichtern.

✓ Empfohlene Antwort:

„Das finde ich super, es ist wichtig, solche Entscheidungen gemeinsam zu treffen. Wie wäre es, wenn du ihm/ihr auch das Video weiterleitest, damit er/sie es sich ansehen kann? So könnt ihr es gemeinsam mit denselben Informationen besprechen. Und wenn ihr möchtet, machen wir einen kurzen gemeinsamen Anruf zu dritt, um alle offenen Fragen zu klären.“

Schlüssel zum Umgang mit diesem Einwand:

- Interpretiere es nicht als direkte Ablehnung, sondern als Bedarf, den Vorschlag mit einer anderen wichtigen Person zu besprechen.
- Ermögliche dem Partner ebenfalls Zugang zu den wichtigsten Informationen, wie dem Erklärungsvideo oder der Präsentation.
- Schlage einen konkreten nächsten Schritt mit einem vereinbarten Datum und einer Uhrzeit vor, um den Fortschritt sicherzustellen – sei es ein Dreiergespräch oder ein neues Meeting.

⚠️ 👉 **Schlüssel:** Sag niemals „okay, melde dich dann“. Vereinbare immer etwas Konkretes für den nächsten Schritt, wie einen Anruf, ein Meeting oder eine Erinnerung.



EINWAND 5: „Wie viel muss man investieren?“

Die Person möchte die Kosten kennen, bevor sie sich festlegt. Es ist völlig normal und verständlich, dass diese Frage aufkommt. Ihr Ziel ist es, Klarheit zu schaffen und etwaige Bedenken hinsichtlich einer hohen oder unerwarteten Anfangsinvestition auszuräumen.

✓ Empfohlene Antwort:

“

„Die Planner-Lizenz kostet ca. 20 \$, die Ihnen Zugang zu Ihrem Online-Shop und zum Vergütungsplan gibt. Darüber hinaus gibt es optionale Produkt-Starter-Kits ab ca. 300 \$, mit denen Sie die Produkte ausprobieren und mit dem Verkauf beginnen können – es gibt jedoch keinerlei Kaufpflicht. Sie können auch einzelne Produkte nach Wahl erwerben. Wichtig ist, dass Sie zunächst prüfen, ob das Projekt zu Ihnen passt, und dann entscheiden, welches Einstiegsniveau Sie bevorzugen. Möchten Sie, dass ich Ihnen die Optionen zeige?“

”

Schlüssel zum Umgang mit diesem Einwand:

- **Seien Sie transparent mit den Zahlen:** Nennen Sie von Anfang an klare und präzise Zahlen.
- **Machen Sie deutlich, dass es keine Kaufpflicht gibt:** Es ist entscheidend, dass der Interessent versteht, dass er ohne eine große Produktinvestition starten kann.
- **Trennen Sie die Entscheidung „beitreten“ von der Entscheidung „wie viel investieren“:** Lenken Sie das Gespräch zunächst auf den Wert des Projekts, bevor Sie die Details der Investition ansprechen.



👉 **Schlüssel:** Indem Sie ehrlich und transparent über die Kosten sind, schaffen Sie Vertrauen. Darüber hinaus reduzieren Sie durch die Betonung der Optionalität der Produkt-Kits die Einstiegshürde und ermöglichen es dem Interessenten, den Wert des Geschäfts selbst zu bewerten, bevor er eine größere finanzielle Verpflichtung eingeht.



EINWAND 6: „Ich kenne jemanden, der es versucht hat und keinen Erfolg hatte“

Die Person überträgt die negative Erfahrung eines anderen auf Ihre Gelegenheit, was Zweifel und Widerstand erzeugen kann.

✓ Empfohlene Antwort:

“

„Das verstehe ich vollkommen. Die Wahrheit ist, dass die Ergebnisse – wie in jedem Unternehmen – von Einsatz, Beständigkeit und dem System abhängen, dem man folgt. Nicht jeder nimmt es ernst oder hat die richtige Begleitung. Was ich Ihnen sagen kann, ist, dass wir hier über ein bewährtes System und ein Team verfügen, das Sie Schritt für Schritt begleitet. Warum sehen Sie es nicht selbst und ziehen Ihre eigenen Schlüsse?“

”

Schlüssel zum Umgang mit diesem Einwand:

- Kritisieren Sie die Person nicht, die gescheitert ist. Bestätigen Sie ihre Erfahrung, ohne sie zu entwerten, aber trennen Sie ihren Fall von Ihrem.
- Kritisieren Sie keine anderen MLM-Unternehmen oder ähnliche Geschäftsmodelle. Behalten Sie den Fokus auf Ihrem Angebot.
- Lenken Sie immer auf die eigene Erfahrung des Interessenten zurück. Laden Sie ihn ein, selbst zu recherchieren und sich eine eigene Meinung zu bilden.

⚠️ ➡️ **Schlüssel:** Erkennen Sie die Gültigkeit der Erfahrung anderer an, betonen Sie jedoch, dass jede Person und jede Gelegenheit unterschiedlich sind. Heben Sie das Unterstützungssystem und die Ausbildung als wesentliche Unterscheidungsmerkmale hervor, und sorgen Sie stets dafür, dass der Interessent die Gelegenheit selbst bewertet.



EINWAND 7: „Lass mich darüber nachdenken“

Der universelle Einwand. Er kann vieles bedeuten: von einem echten Zweifel bis hin zu einer Ausrede, um das Gespräch zu beenden. Dein Ziel ist es, den wahren Grund hinter diesem Einwand aufzudecken, dabei Raum zu geben, aber die Kontrolle über die nächsten Schritte zu behalten.

✓ Empfohlene Antwort:

„Natürlich, nimm dir die Zeit. Nur aus Neugier: Was hat dich am meisten angesprochen? Und was bereitet dir die größten Zweifel? So kann ich dir, wenn du möchtest, das noch vor deiner Entscheidung klären.“

Warum funktioniert diese Antwort?

- **Du entdeckst den eigentlichen Einwand:** Indem du fragst, was ihn angesprochen hat und was ihm Zweifel bereitet, ermutigst du ihn, sich zu äußern und etwaige tieferliegende Bedenken zu offenbaren.
- **Du gibst Raum, hältst aber das Gespräch offen:** Du respektierst sein Bedürfnis nach Bedenkzeit, bietest aber an, jeden Punkt zu klären – und zeigst damit Bereitschaft und Kompetenz.
- **Du kannst den konkreten Zweifel sofort ausräumen:** Wenn der Zweifel einfach ist, kannst du ihn sofort ansprechen und so ein Hindernis für seine Entscheidung beseitigen.

Wenn er darauf besteht, mehr Zeit zum Nachdenken zu brauchen:

„Perfekt, kein Problem. Wie wäre es, wenn wir uns Donnerstag/Freitag kurz melden, um zu sehen, was du dir überlegt hast? So bleibt es nicht in der Luft hängen.“

⚠️ 👉 **Schlüssel: Vereinbare immer einen konkreten Folgetermin!** „Du meldest dich schon“ zu sagen ist in den meisten Fällen der „Tod des Interessenten“. Ein vereinbarter Folgetermin zeigt Professionalität und Engagement und ermöglicht es dir, das Gespräch zu einem festgelegten Zeitpunkt wieder aufzugreifen.



EINWAND 8: „Ist das nur für Frauen?“

Dieser Einwand entsteht durch die weit verbreitete Wahrnehmung, dass der Bereich Hautpflege und Schönheit (insbesondere K-Beauty) ausschließlich an Frauen gerichtet ist. Dein Interessent könnte das Gefühl haben, dass er/sie nicht dazugehört oder dass das Geschäft nichts für ihn ist – sei es als Mann oder wenn er/sie sich nicht mit einem geschlechtsspezifischen Ansatz identifiziert.

✓ Empfohlene Antwort:

„Das ist eine sehr verbreitete Wahrnehmung, weil K-Beauty mit Hautpflege assoziiert wird – aber heutzutage zieht dieses Geschäft sowohl Männer als auch Frauen an. Einige der erfolgreichsten Leader im Team sind tatsächlich Männer. Und Hautpflege hat kein Geschlecht – jeder möchte gut aussehen und sich gut fühlen. Soll ich dir das Video schicken, damit du dir selbst ein Bild machen kannst?“

Schlüsselemente zur Handhabung dieses Einwands:

- **Normalisiere die Wahrnehmung:** Erkenne an, dass es eine verbreitete und nachvollziehbare Vorstellung ist, aber dass die Realität des Geschäfts anders aussieht.
- **Erweitere die Sichtweise auf das Geschäft:** Erkläre, dass persönliche Pflege und Wohlbefinden universell sind und nicht auf ein Geschlecht beschränkt.
- **Konkrete Beispiele:** Erwähne, dass es erfolgreiche Männer im Team gibt – das unterstreicht die Inklusion und Vielfalt des KIN-Teams.

⚠️ 👉 **Schlüsselstrategie:** Entkräfte den Einwand, indem du zeigst, dass der Wert des Geschäfts im Wohlbefinden und in der persönlichen Entwicklung liegt – Aspekte, die kein Geschlecht kennen. Durch das Bereitstellen realer Beispiele und Beweise bestätigst du die Inklusion und beseitigst Vorurteile.



Zusammenfassung der Einwände und Strategien

Einwand	Kernpunkt der Antwort
„Ist das eine Pyramide?“	Echte Produkte und Direktverkauf hervorheben. Zur eigenen Recherche einladen.
„Ich habe keine Zeit“	Flexibilität betonen (30–45 Min./Tag). Das Ansehen des Informationsvideos priorisieren.
„Ich bin kein Verkäufer/keine Verkäuferin“	Empfehlen von Verkäufen unterscheiden. Mit dem Teilen positiver Erfahrungen vergleichen.
„Ich muss es mit meinem Partner besprechen“	Informationen für beide bereitstellen. Gemeinsamen Anruf zur Klärung von Fragen vereinbaren.
„Wie viel muss man investieren?“	Vollständige Transparenz: Planner-Lizenz und optionale Kits. Betonen, dass kein Pflichtkauf besteht.
„Jemand hat es versucht und es hat nicht funktioniert“	Erfahrung anerkennen, aber das bewährte System und die persönliche Begleitung hervorheben.
„Lass mich darüber nachdenken“	Den echten Zweifel ergründen. Immer eine konkrete Nachverfolgung mit Datum vereinbaren.
„Das ist nur für Frauen“	Erwähnen, dass es eine verbreitete Wahrnehmung ist, die Realität jedoch zeigt, dass viele Männer bei Riman erfolgreich sind.

Deine Masterformel für den Umgang mit Einwänden

- 1

Zuhören

Aufmerksam zuhören, um den Einwand vollständig zu verstehen.
- 2

Validieren

Den Standpunkt anerkennen („Ich verstehe...“, „Das ist eine gute Frage...“).
- 3

Kurz Antworten

Eine prägnante Lösung oder Klärung des Einwands anbieten.
- 4

Zum Nächsten Schritt Weiterleiten

Eine klare Aktion vorschlagen (Video ansehen, Anruf, Treffen).

 Du musst nicht alle Antworten kennen. Du brauchst die richtige Einstellung und eine Upline, an die du dich wenden kannst, wenn du Unterstützung benötigst.



Die Nachverfolgung

Nach jeder Präsentation fällt jede Person in eine dieser drei Kategorien. Deine Reaktion muss in jedem Fall unterschiedlich sein:

✅ JA

Er/sie ist bereit anzufangen.
Handle schnell: Hilf ihm/ihr,
innerhalb der nächsten 24–48
Stunden zu starten.

Lade ihn/sie zu einer
Orientierungssitzung ein und
erstelle einen Startplan.

Beispiel: „Großartig! Ich schicke dir
einen Registrierungslink und morgen
machen wir gemeinsam einen
Starterfolgs-Call. Passt es dir um X Uhr?“

🤔 VIELLEICHT

Er/sie hat Interesse, aber auch
Zweifel. Plane ein konkretes
Follow-up: ein Dreier-Gespräch
mit deinem Upline, ein
persönliches Zoom-Meeting zur
Klärung von Fragen oder lade
ihn/sie ein, die Produkte
auszuprobieren. Sag nicht einfach
„Ich melde mich“.

Beispiel: „Ich verstehe, dass du darüber
nachdenken möchtest. Was hat dich am
meisten angesprochen? Und was
bereitet dir die größten Bedenken? Ich
schlage dir etwas vor: Am Donnerstag
gibt es ein Zoom-Meeting mit meinem
Mentor – magst du dazustoßen und
deine Fragen direkt klären?“

❌ NEIN

Er/sie ist derzeit nicht interessiert.
Respektiere das. Er/sie kann
später Kunde/Kundin werden
oder seine/ihre Meinung ändern.

Oder er/sie kann dir sogar
jemanden vorstellen, der besser
passen könnte.

Beispiel: „Das respektiere ich
vollkommen. Hey, noch eine letzte
Sache: Kennst du jemanden, der nach so
etwas suchen könnte? Und übrigens –
die Produkte sind unabhängig vom
Geschäft großartig. Wenn du sie
irgendwann ausprobieren möchtest, bin
ich für dich da.“

❶ Die Nachverfolgung ist der Schlüssel zum Geschäftserfolg. Die meisten „Vielleichts“ werden mit einer guten Nachverfolgung zu einem „Ja“.

Zeitplan für die Nachverfolgung

Eine effektive Nachverfolgung bedeutet nicht Aufdringlichkeit — sondern zur richtigen Zeit präsent zu sein. Halten Sie diese Zeiträume ein, um das Interesse aufrechtzuerhalten, ohne Druck auszuüben.

2. Kontakt — 24/48 Stunden

Schreiben oder rufen Sie 24–48 Stunden nach der Präsentation an. Das Interesse ist noch frisch. Fragen Sie: „Hatten Sie Zeit, über das Besprochene nachzudenken?“ Wenn keine Antwort kommt, noch nicht weiter nachhaken.

4. Kontakt — 2–3 Wochen

Ein letzter Versuch mit einem anderen Ansatz. Sie können die Person zu einem Event einladen, ein Produkt ausprobieren lassen oder zu einem Gespräch mit Ihrem Upline einladen. Seien Sie direkt und freundlich.

3. Kontakt — 1 Woche

Falls keine Antwort kam oder die Person bei „vielleicht“ blieb, nehmen Sie nach einer Woche erneut Kontakt auf. Bieten Sie einen Mehrwert: ein Testimonial, eine Neuigkeit aus dem Team, ein eigenes Ergebnis. Fragen Sie nicht nur — geben Sie etwas.

Zurückstellen — nach 3 Versuchen ohne Rückmeldung

Wenn nach 3 Kontaktversuchen keine Rückmeldung erfolgt, legen Sie den Kontakt auf Eis. Löschen Sie ihn nicht: Notieren Sie ihn in Ihrer Liste mit Datum und melden Sie sich in 3–4 Monaten erneut. Die Umstände können sich ändern.

 Zurückstellen bedeutet nicht aufgeben. Es bedeutet, den richtigen Moment jedes Menschen zu respektieren und die Tür offen zu halten.

Die Regel des konkreten nächsten Schritts

Beende nie ein Gespräch, ohne etwas Konkretes zu vereinbaren. Ein „Wir reden später“ ist kein nächster Schritt — es ist ein höflicher Abschied.

❌ Was NICHT funktioniert

„Ich ruf dich an“ / „Sag mir Bescheid, wann du möchtest“ / „Denk drüber nach und meld dich“ — Diese Aussagen überlassen die Verantwortung dem anderen, und der Kontakt kühlt ab.

✅ Was FUNKTIONIERT

Schließe immer mit einer konkreten Aktion ab: ein Datum, eine Uhrzeit, einen Link, ein Event. Beispiel: „Passt dir Dienstag um 19 Uhr für ein 20-minütiges Gespräch?“



Beispiele für konkrete nächste Schritte

„Ich schicke dir den Zoom-Link für Donnerstag, 20 Uhr“.

„Montag ruf ich dich um 18 Uhr an, um deine Fragen zu klären“.

„Diese Woche schicke ich dir ein Testpaket, damit du es selbst ausprobieren kannst“.

„Morgen gebe ich dir den Kontakt meines Uplines, damit du ihm direkt Fragen stellen kannst“.

Warum funktioniert das?

- Schafft gegenseitige Verbindlichkeit
- Verhindert, dass der Kontakt „auskühlt“
- Du behältst die Kontrolle über den Prozess
- Die Person weiß genau, was sie erwarten kann

Eine Nachverfolgung ohne Datum ist nur eine Absicht. Mit Datum ist es eine Verpflichtung.

⚠️ 👉 Ohne konkreten nächsten Schritt = totes Gespräch.

👉 Mit konkretem nächsten Schritt = lebendige Chance.



Nachverfolgungstools

Um eine effektive Nachverfolgung sicherzustellen und den Überblick über Ihre Interessenten nicht zu verlieren, ist es entscheidend, sich auf die richtigen Werkzeuge zu stützen. Sie müssen sich nicht alles merken – diese Tools helfen Ihnen, Ordnung und Beständigkeit zu bewahren.



Ihr CRM / Nachverfolgungsblatt

Erfassen Sie jede Interaktion: Name, Datum, Kategorie (Ja/Vielleicht/Nein), geplante nächste Aktion und Datum des nächsten Kontakts. Es ist Ihr externes Gedächtnis und Ihr Aktionsplan für jede Person.



Ihr Upline und 3-Wege-Gespräche

Für „Vielleicht“-Interessenten, die einen zusätzlichen Vertrauensschub oder technisch fundiertere Informationen benötigen. Ihr Upline kann mit seiner Erfahrung und Glaubwürdigkeit entscheidend dazu beitragen, Zweifel auszuräumen und den Prozess abzuschließen.



Wertvolle Inhalte

Echte Erfahrungsberichte, beeindruckende Produktergebnisse, relevante Neuigkeiten von RIMAN oder Teamerfolge. Nutzen Sie diese Inhalte als natürlichen und druckfreien Anlass, den Kontakt wieder aufzunehmen und das Interesse neu zu entfachen.



Events und Zooms

Ein bevorstehendes Event oder ein Präsentations-Zoom ist immer einer der besten Gründe für eine Nachverfolgung. *„Hey, diesen Donnerstag gibt es einen Zoom, bei dem genau das erklärt wird, was dich interessiert hat. Bist du dabei?“*



Der Einsatz dieser Tools ermöglicht es Ihnen, strategisch und effizient vorzugehen und die „Vielleichts“ mit einem bewährten System in „Jas“ umzuwandeln.

Zusammenfassung des professionellen Nachfassens

Prinzip	In der Praxis
80 % der „Ja“ kommen nach dem 2. Kontakt	Gib nicht nach dem ersten Versuch auf. Intelligente Beharrlichkeit ist entscheidend.
Höre den echten Zweifel, nicht die Ausrede	Frage: „Was hat dir an dem, was wir besprochen haben, am besten gefallen? Und was bereitet dir die meisten Bedenken oder hält dich zurück?“
Vereinbare immer einen konkreten nächsten Schritt	Beende jede Interaktion mit einem konkreten Tag + Uhrzeit + Format (Anruf, Zoom, Nachricht, Veranstaltung).
Biete bei jedem Kontakt einen Mehrwert	Teile ein Testimonial, eine Neuigkeit aus dem Team, eine relevante Veranstaltung oder ein eigenes Ergebnis.
Respektiere das „Nein“	Wenn kein Interesse am Geschäft besteht, bitte um Empfehlungen, biete das Produkt als Kunde an oder lasse die Tür für die Zukunft offen.
Nutze deine Werkzeuge intelligent	Stütze dich auf dein CRM/Nachfass-Blatt, deine Upline und 3-Wege-Gespräche sowie Veranstaltungen/Zooms.
Nach 3 Versuchen ohne Antwort → pausieren	Wenn keine Reaktion kommt, notiere es und melde dich in 2–3 Monaten mit etwas Neuem und Frischem zurück.

- ☑ Ein gut durchgeführtes Nachfassen ist nicht aufdringlich, sondern ein Zeichen von Professionalität und Engagement – es begleitet deine Kontakte zu ihrer besten Entscheidung.



Die Werkzeuge des Systems

Du musst nicht alles alleine machen. Das KIN-System verfügt über Werkzeuge, die für dich arbeiten:



Präsentationsvideo

Erster Schritt. Du sendest das Video und lässt es für dich sprechen.

👉 Erkläre nichts, bevor sie es gesehen haben.



Zoom / Online-Präsentation

Nach dem Video lädst du zu einer Live-Sitzung ein.

👉 Vollständige Erklärung + Fragen.



3-Wege-Gespräch

Dein Upline begleitet das Gespräch für mehr Klarheit und Glaubwürdigkeit.

👉 Beantwortet Fragen und erleichtert die Entscheidung.



Digitales Marketing & KI

Fortgeschrittene Werkzeuge (VSL, Funnels, Automatisierung, KI-Agenten, Samantha).

👉 Zum Skalieren des Geschäfts.



Präsenzveranstaltungen

Events in deiner Stadt oder deinem Land.

👉 Sie entdecken die Möglichkeit und testen die Produkte.



Kontinuierliche Weiterbildung

Das Ausbildungssystem des KIN-Teams.

👉 Um zu wachsen, sich zu verbessern und das Geschäft zu professionalisieren.

Das System zur Begleitung eines Interessenten

Sobald du jemanden aus deiner Liste kontaktiert und seine Neugier geweckt hast, ist es entscheidend, ihn durch einen klaren und einfachen Prozess zu führen. Du hast zwei Hauptoptionen für den ersten Schritt:

A. Ein kurzes Video, eine VSL oder LP senden

- Ein Video, eine VSL (Seite mit Video) oder eine LP (Landing Page) bzw. Funnel-Seite.
- Ermöglicht es der Person, das Projekt in ihrem eigenen Tempo zu verstehen.
- **Empfohlen** als erster formeller Kontakt.

B. Direkt zu einem Zoom einladen

- Eine Live-Präsentation, bei der das gesamte Geschäft erklärt wird.
- Ideale Option, wenn die Person eine Live-Präsentation bevorzugt oder sofort verfügbar ist.

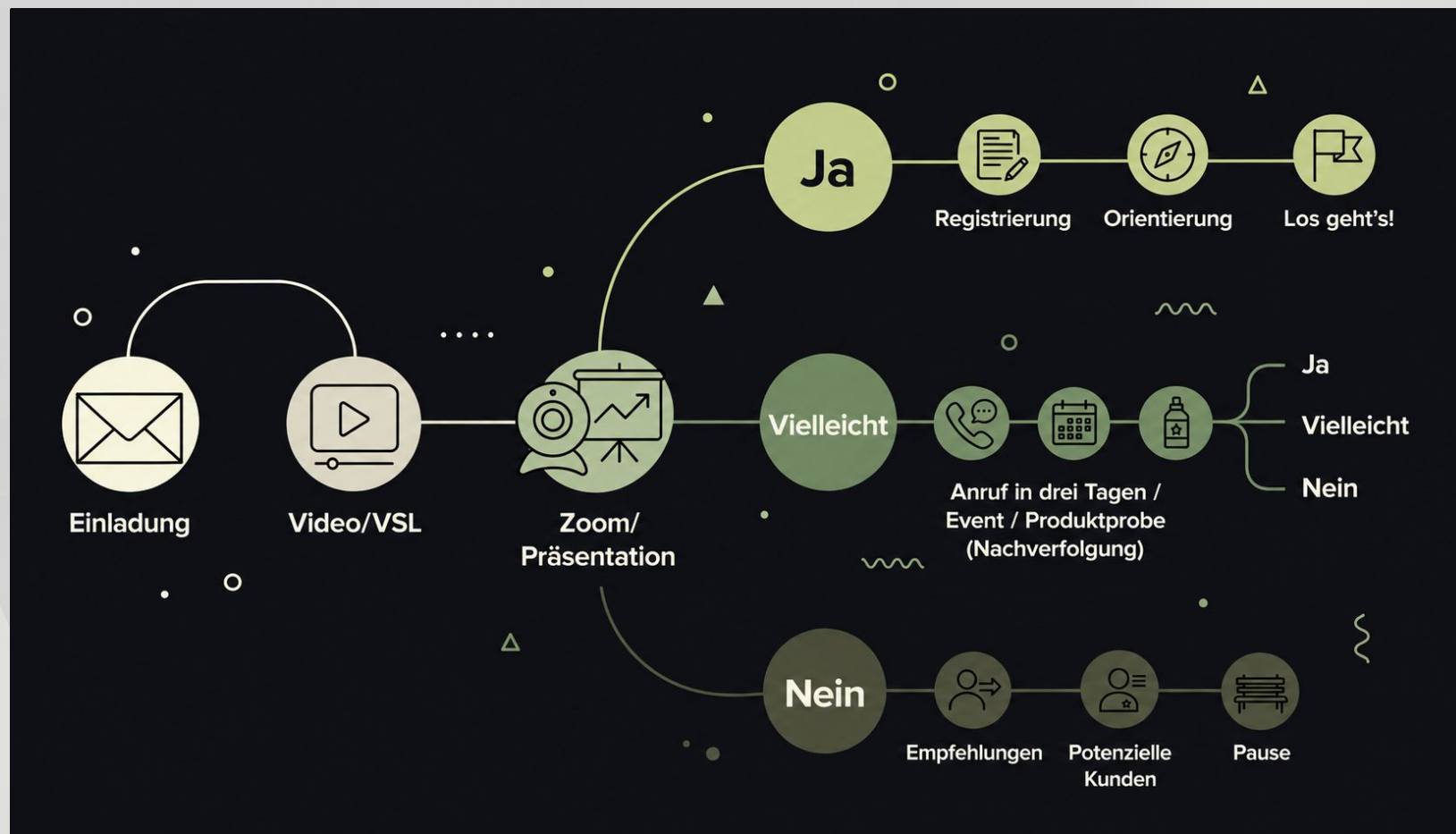
Idealerweise erfolgt der erste Kontakt über das Video, um die Person anschließend zu einem Zoom einzuladen. Hier zeigen wir dir den empfohlenen Ablauf zur Begleitung deiner Interessenten:



Kerngedanke: Du musst nicht alles selbst erklären. Deine Rolle ist es, die Werkzeuge des Systems zu nutzen, um die Menschen mit den Informationen zu verbinden.

Der vollständige Interessenten-Ablauf

Dies ist ein orientierender Ablauf, kein starres Skript. Jeder Interessent geht seinen eigenen Weg, und nicht alle Schritte sind zwingend erforderlich — nutze ihn als Referenz, nicht als strikte Regel.



Deine Follow-up-Formel

Danke

Frage

Höre zu

Schlage
nächsten Schritt
vor

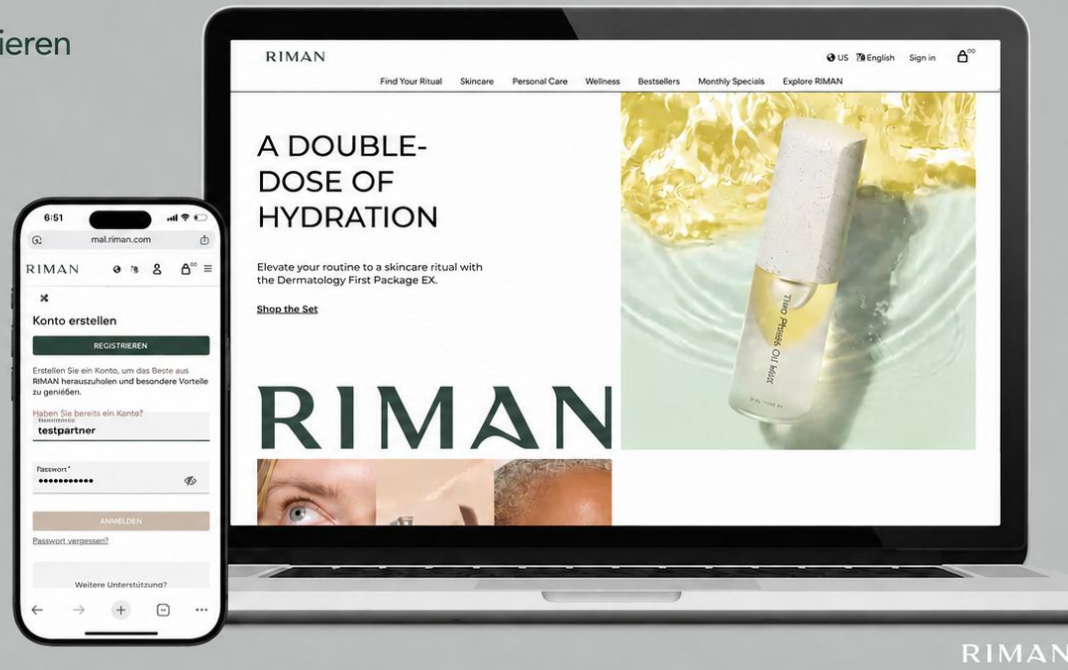
Terminierte

⚠ Denke daran, dass das Ziel nicht „nachzuhaken“ ist, sondern „zu begleiten“. Ein gut strukturiertes Follow-up schafft Mehrwert und hilft dem Interessenten, eine informierte Entscheidung zu treffen.

Backoffice von Riman

RIMAN.COM

- Neue Vertriebspartner registrieren
- Neue Kunden registrieren
- Produktbestellungen
- Bestellverwaltung
- Verkaufsverwaltung
- Teamleistungsverwaltung
- Unternehmens-Tools
- Marketing-Tools
- Provisionsberichte



- i** Neben allen Werkzeugen, die dir das KIN-Team zur Verfügung stellt, ist das wichtigste Instrument für die tägliche Verwaltung deines Geschäfts dein RIMAN-Distributor-Backoffice. Von hier aus steuerst du deine Verkäufe, dein Team und deine gesamte Geschäftsaktivität.

TEIL 3 — GO

● IN DIE UMSETZUNG GEHEN

Du hast die richtige Einstellung. Du verstehst das Geschäft. Jetzt ist es Zeit zu handeln.

Hier findest du die konkreten Werkzeuge, um deine ersten Schritte mit Zuversicht und Effektivität zu gehen.

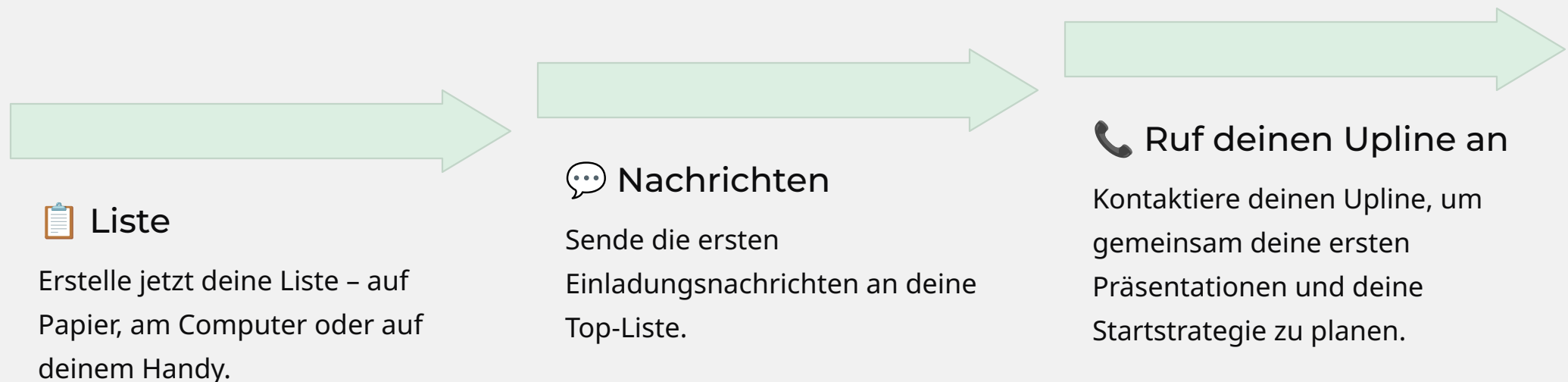
⚠ Hier scheitern die meisten... und hier kannst du den Unterschied machen.





Jetzt handeln – deine ersten 72 Stunden

Das wahre Potenzial deines RIMAN-Geschäfts wird durch Handeln freigesetzt. Du hast Zeit investiert, um dein „Warum“ aufzubauen, den Vergütungsplan zu verstehen und deine Kontaktliste zu organisieren. Jetzt ist der Moment, alles Gelernte anzuwenden und erste Ergebnisse zu erzielen!



⚠ Nicht warten! Momentum ist entscheidend: Kontaktiere zuerst deine TOP-Liste. Geschwindigkeit ist in den ersten 72 Stunden fundamental, um Schwung aufzubauen und dein Selbstvertrauen zu stärken.

Plane deinen Launch

Um deine anfängliche Wirkung zu maximieren, plane zwei Schlüsselereignisse. Dies sind deine Schaufenster, um die Geschäftsmöglichkeit und die Produkte zu präsentieren.

1

Turbo-Meeting

Organisiere eine Zoom-Sitzung oder ein persönliches Treffen, um das Geschäftsmodell und den Vergütungsplan von RIMAN zu erläutern.

Lade deine Prioritätsliste ein.

2

K-POP UP Party

Eine „K-POP UP Party“ ist eine unterhaltsame und interaktive Möglichkeit für deine Kontakte, die Produkte von Riman auszuprobieren und zu erleben. Lass sie die Qualität und die Vorteile aus erster Hand spüren.

Dein erstes Startziel

Konzentriere dich auf diese ersten Schritte, um **eine solide und nachhaltige Grundlage** für dein Geschäft aufzubauen. Duplizierung ist der Schlüssel zu exponentiellem Wachstum.

3 Kunden

Finde deine ersten drei Kunden, die **die Produkte lieben** und deren Vorteile erleben. Das wird dein Angebot bestätigen und dir Selbstvertrauen geben.



Sofortige Einnahmen



3 Partner

Identifiziere und unterstütze drei Personen aus deiner Liste, die bereit sind, **dir als Partner beizutreten** und ihr eigenes RIMAN-Geschäft aufzubauen.



Duplizierung und Wachstum

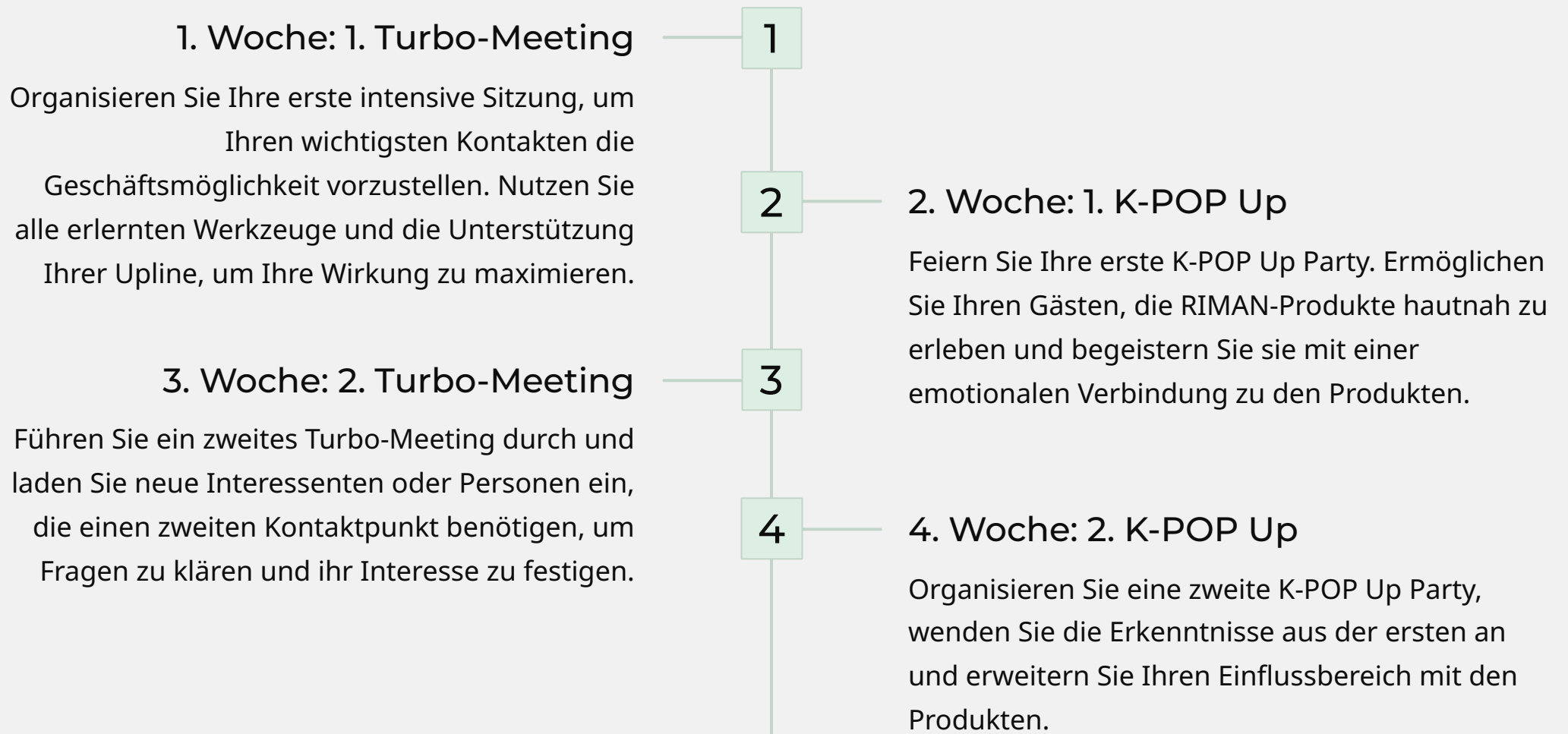
- ☐ Sobald du dieses Ziel erreicht hast, ist der nächste Schritt, **den Prozess zu duplizieren**. Bringe deinen 3 Partnern bei, genau dasselbe zu tun, und beobachte, wie dein Netzwerk und deine Einnahmen exponentiell wachsen.



Ziel: Senior Manager in 30 Tagen

Für alle, die ein **ambitionierteres Tempo anstreben und ihr Wachstum beschleunigen möchten**, präsentieren wir einen **Plan, um den Rang des Senior Managers in 30 Tagen zu erreichen**. Das Ziel von 3 Kunden und 3 Partnern ist zwar ein hervorragender Ausgangspunkt, doch diese Strategie führt Sie zu einem noch größeren Meilenstein.

Um Sie bei dieser Herausforderung zu unterstützen, haben wir einen strukturierten Aktionsplan entwickelt, der Sie Schritt für Schritt begleitet:



⚠ Wichtig: Dies ist keine Verpflichtung, sondern eine empfohlene strategische Roadmap für alle, die einen schnellen und replizierbaren Start anstreben und eine solide Grundlage für die Duplizierung in Ihrem Team aufbauen möchten.



Die Duplikation

Dein Team macht, was du machst

Die Duplikation ist das mächtigste Prinzip im Network Marketing. Es kommt nicht darauf an, was du sagst — sondern was du tust.

Du handelst
Du führst die Aktionen des Systems aus

Das Geschäft wächst
Das Volumen multipliziert sich exponentiell



Dein Team beobachtet
Sie sehen, was du tust und wie du es tust

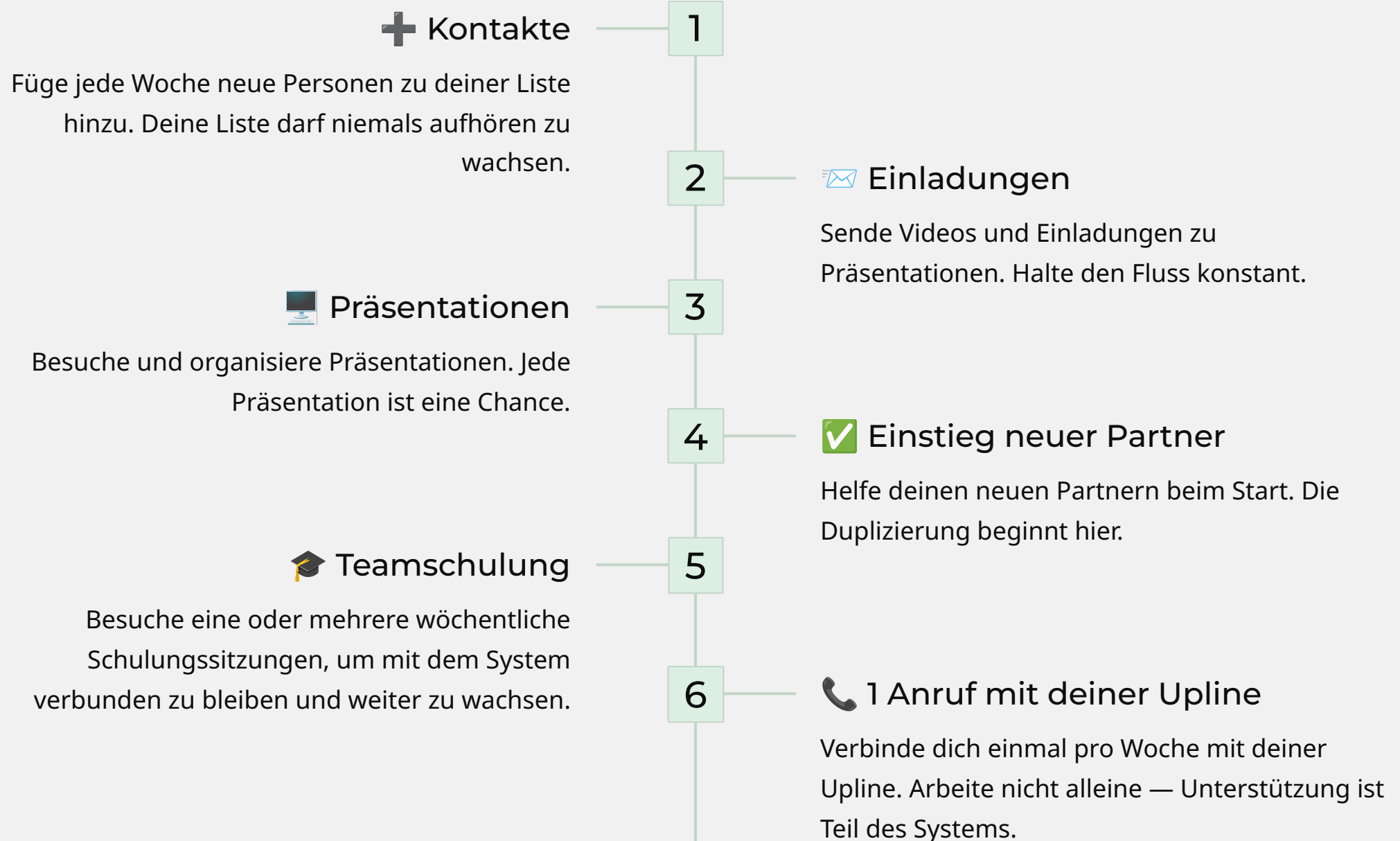
Dein Team repliziert
Sie tun dasselbe wie du

i Sei das Vorbild, das du dir für dein Team wünschst. Die Duplikation beginnt bei dir.



Wöchentlicher Aktionsplan

Wöchentliche Konsequenz ist das, was ein solides Geschäft aufbaut. Hier ist die Struktur, der du jede Woche folgen solltest:





Wir sind für dich da

Du bist auf diesem Weg nicht allein. Das KIN-Team ist da, um dich bei jedem Schritt zu unterstützen.



KIN-Team

Eine globale Gemeinschaft von Menschen, die dieselben Werte und Ziele teilen.



Schulung

Zugang zu regelmäßigen Schulungen, um deine Fähigkeiten und Kenntnisse weiterzuentwickeln.



Werkzeuge und Technologie

Alle modernsten Werkzeuge und Technologien, die du brauchst, um einzuladen, zu präsentieren, nachzuverfolgen und zu duplizieren.



Gemeinschaft

Ein unterstützendes Netzwerk, in dem du immer Antworten, Motivation und Begleitung findest.

Mit KIN verbinden

Folge uns in den sozialen Netzwerken und greife auf dein Backoffice zu, um über Neuigkeiten, Schulungen und wichtige Ressourcen auf dem Laufenden zu bleiben.



YouTube

Präsentations- und Marketingvideos, Schulungen und Inhalte zur Förderung deines Geschäfts.

[Besuche unseren Kanal](#)



Instagram

Neuigkeiten, Veranstaltungen, Marketingmaterialien und tägliche Inspiration aus der KIN-Community.

[Folge uns auf Instagram](#)



KIN Backoffice

Dein Zugangszentrum für Werkzeuge, Ressourcen und Team-Tracking.

[→ Um deinen Link zu erhalten, wende dich direkt an deinen Sponsor.](#)

RIMAN — Entdecke den Unterschied, einen Unterschied, den du lieben wirst.

K I N **RIMAN**
INDEPENDENT DISTRIBUTOR

Zusammenfassung READY. SET. GO.

● READY

- Kläre dein Warum
- Bereite deine Einstellung vor
- Definiere dein Engagement und deine Ziele
- Verstehe die Grundlagen, um die ersten Ränge zu erreichen

● SET

- Verstehe die Werkzeuge und das System
- Erstelle deine Liste und segmentiere dein Beziehungskapital
- Lerne einzuladen, nachzufassen und Einwände zu behandeln

● GO

- Lade ein, erkläre nicht
- Nutze die Werkzeuge
- Handle in den ersten 72 Stunden
- Gewinne deine ersten 3 Partner und 3 Kunden
- Konzentriere dich darauf, so schnell wie möglich Senior Manager zu werden

Anhang: Kontrollblatt READY. SET. GO.

Das „Kontrollblatt READY. SET. GO.“ hilft dir, deine Aktivitäten zu Beginn mit Riman zu organisieren und zu verfolgen, damit du mit Klarheit auf deine Ziele hinarbeitest.

Von der Planung bis zur Umsetzung und Nachverfolgung ist es ein praktisches Werkzeug, um den Fokus zu behalten, deinen Fortschritt zu messen und deine Maßnahmen mit deinem Team zu duplizieren.

[Kontrollblatt herunterladen](#)