



Ihr **Direkt** Berater hilft direkt & menschlich den Kinderschutzzentren

Eine Kooperation mit die möwe - Kinderschutzzentren.

Wie aus einem einfachen Slogan ein Projekt in Kooperation mit dem Verein „die möwe“ wurde.

Im Slogan „mobil. modern. menschlich.“, der die Branche Direktvertrieb seit mehr als 10 Jahren begleitet, steckt ein Begriff, der eigentlich den Kern der Marke Direktberater treffend definiert: Menschlichkeit!

In unserer globalisierten Welt mit immer weniger sozialen Kontakten ist dieser Begriff das Alleinstellungsmerkmal für jeden Direktberater - denn kaum ein anderer Verkäufer in anderen Branchen ist dem Kunden persönlich so nahe!

Ein Wettbewerbsvorteil, der ausgelebt werden will. Mit der Aktion „DirektBERATER helfen DIREKT & menschlich“ wurde im Rahmen der Kooperation mit „Licht ins Dunkel“ zugunsten der möwe - Kinderschutzzentren im Jahr 2011 diese Menschlichkeit im Direktvertrieb sichtbar gemacht und damit gleichzeitig die Marke Direktberater beim Konsumenten transparenter, bekannter und vertrauter dargestellt.

Beim Fachtag im Dezember 2011 wurde das **Spendenergebnis von 30.885,23 Euro** Übergeben. Das Motto des Fachtages war „Loyalität“ mit Enterbrainment-Programm an diesem Galaabend!

Spürt man den Wertewandel in der Gesellschaft und die schwankende Großwirtschaftslage, so kann der Brückenschlag von Begriffen wie Triple-A, Eurobonds und Rating zu nachhaltigem Erfolg nur „Loyalität“ heißen. Im Direktvertrieb geht es um wertvolles Handeln!

Was bedeutet Loyalität im Direktvertrieb?

Kaum eine andere Branche ist so vernetzt im Denken und Handeln wie der Direktvertrieb.

Oft wird aus dem konsumierenden Produkthanwender ein Geschäftspartner, dank der hohen Produktqualität und Beratungskompetenz - bedingt durch die Handelsform und das MultiLevelMarketing-Geschäftsmodell.

Im Gegensatz zum stationären Handel ist die Kundenloyalität im Direktvertrieb sehr hoch. Gerade für den Direktberater ist es wichtig, einem Kunden nicht nur einmal etwas zu verkaufen, sondern ein langfristiges, positives Verhältnis zueinander aufzubauen. Der Direktberater ist nicht nur Nahversorger, sondern oft Vermittler von Lebensgefühl. Loyalität gegenüber dem Kunden ist die Basis für ein erfolgreiches Geschäft.

Die Originalität der Zukunft - nämlich mit anderen Menschen gut und fair umzugehen - hat die Branche bereits vor Jahren erkannt und in ihrem Leitbild festgeschrieben.

Der Begriff Loyalität soll für jeden einzelnen Einpersonnenunternehmer in dieser wachsenden Branche mit über 60% Frauenanteil zum Inbegriff seiner individuellen Ich-Marke werden und durch den gemeinsamen Markenauftritt die Unternehmenskultur Direktvertrieb widerspiegeln.

Künftige Motivation und Innovation im Direktvertrieb?

Der Direktvertrieb ist die persönlichste Art des Verkaufens und die Antwort auf das Thema „Servicewüste Österreich“. Wenn man bedenkt, dass in Österreich 0,2% der Bevölkerung im Direktvertrieb tätig sind (in USA betreiben 5,1%, in Taiwan sogar 18,6% ihr eigenes Direktvertriebsgeschäft), so besteht ein ungeheures Wachstumspotential.

Das Gremium Direkt-Vertrieb in der Wirtschaftskammer Niederösterreich bietet den Mitgliedern das beste Rüstzeug in punkto Ausbildung, Weiterbildung und Marketing, um künftig am Markt erfolgreich tätig sein zu können. Vor allem im Trendmarkt Gesundheit und Wellness sieht der Direktvertrieb dank seiner Produktvielfalt und –qualität und dem hohen Ausbildungsgrad seiner Berater hohes Absatzpotential.

Dass der Direktvertrieb eine blühende Zukunft hat, zeigt einerseits der wachsende Anspruch der Konsumenten nach Hauszustellung und andererseits die Tatsache, dass immer mehr Dienstnehmer von zu Hause aus arbeiten und auch Einzelunternehmer die Vorteile eines home office erkennen - bietet dies doch eine ausgeglichene Work-Life Balance.

Die „Golden Card“, mit der sich jeder Direktberater dem Konsumenten gegenüber ausweist, bescheinigt das aufrechte Gewerbe und die Mitgliedschaft im Gremium Direktvertrieb der WKÖ.

Soziales Marketing ist dabei ein Erfolgsfaktor für wertvolles Handeln und mit ein Maßstab für die Sicherung der Qualität.