

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Das sollten Sie wissen:

EIN NEUER NETWORK-KARRIERE BEITRAG ÜBER





► Das Natural Wellness Magazin anschauen



WELLNESS-OFFENSIVE BEI PROWIN

© Alle Bilder: proWIN



proWIN ist in Deutschland Marktführer im Segment Reinigung auf dem Direktvertriebsmarkt und erfolgreich mit seinen umweltschonenden Produkten sowie seiner nachhaltig orientierten Unternehmensstrategie.

Parallel zur Hauptsparte Symbiontische Reinigung hat sich auch die proWIN Wellness- und Beauty-Sparte natural wellness sehr

erfolgreich entwickelt. Sie bietet hochwertige Pflege- und Wellnessprodukte für die ganze Familie.

Das Unternehmen sieht in dieser Sparte aber noch großes Entwicklungspotential. Deshalb startet proWIN jetzt eine Wellness-Offensive!

Ziel ist es, die Marktanteile im Segment Körperpflege und Kosmetik

deutlich auszubauen. Die Chancen stehen gut, denn das saarländische Familienunternehmen investiert dafür in den Ausbau seines Wellness-Sortiments. Für beautyaffine Vertriebsprofis tolle Aussichten auf eine erfolgreiche Selbstständigkeit, denn neben Premium-Produkten, die in jedem Haushalt für die Körper- und Wohlfühlpflege benötigt werden, profitieren sie auch von den attrakti-

ven Rahmenbedingungen des fairen proWIN-Vertriebskonzepts:

- Partnerschaft mit einem stabilen Unternehmen mit sozialer, nachhaltiger Ausrichtung
- Barrierefreier, risikoloser Einstieg durch kostenloses Wellness-Startseminar und weitere Ausbildungsmöglichkeiten durch das proWIN-Akademiekonzept
- Marketingplan mit attraktiver Provisionsstaffelung
- Teil eines im Hinblick auf Mensch und Natur verantwortungsvoll agierenden Direktvertriebes: inkl. sozialem und ökologischem Engagement – getrennt vom Unternehmen über Stiftungen organisiert

Michael Winter, proWIN-Geschäftsführer:

„Wir haben uns zum Ziel gemacht, nun auch im Segment Pflege und Wellness Marktführer zu werden! In dieser Sparte steckt noch unglaublich viel Potential. Deshalb konzentrieren wir uns derzeit auf ihren Ausbau. Für kosmetikbegeisterte Vertriebsprofis ist die beste Zeit definitiv jetzt, um mit uns durchzustarten. Die Rahmenbedingungen waren nie idealer!“

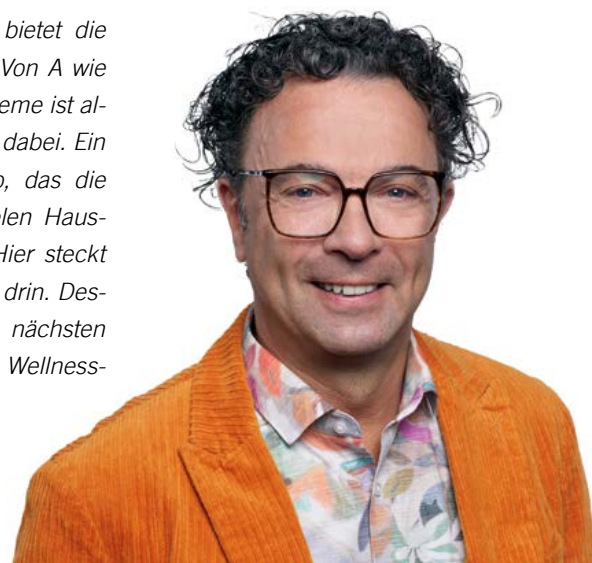
Laut dem Unternehmen war es nie einfacher als heute für proWIN-Berater, mit der Sparte natural wellness erfolgreich zu sein und lukrative Einkünfte zu erzielen. Davon ist proWIN-Geschäftsführer Michael Winter mit seinem Expertenteam um Carolin Eckle, Leitung Produktmanagement und Patrick Klein, Leitung Vertriebsmanagement fest überzeugt.

Nachgefragt – bei Patrick Klein, verantwortlich für das Vertriebsmanagement bei proWIN:

NK: Warum bietet Ihrer Meinung nach Ihre Wellness-Sparte Vertriebspartnern eine erfolgsversprechende Ausgangsbasis?

Patrick Klein: Derzeit begeistert natural wellness bereits eine große Anzahl von Vertriebspartnern und Stammkunden, was sich in einem Umsatzanteil von knapp 20% und ca. 40 Millionen Euro widerspiegelt.

Mit zirka 200 Produkten bietet die Sparte eine große Vielfalt. Von A wie Aloe Vera bis Z wie Zahncreme ist alles für die gesamte Familie dabei. Ein attraktives Produktportfolio, das die Chance bietet, in sehr vielen Haushalten Einzug zu halten. Hier steckt noch jede Menge Potential drin. Deshalb gehen wir nun den nächsten Schritt und starten unsere Wellness-Offensive!



► Patrick Klein

Hannes Jaenicke, Schauspieler, Dokumentarfilmer, Autor und Umweltaktivist zur Sonnenpflegelinie proWIN SOMESHINE – reef friendly:

„Ob beim Kiten, Surfen, Segeln, Schwimmen oder Tauchen: Ich habe immer die Produkte der proWIN SOMESHINE Linie dabei.“



NK: Patrick, was macht aus Ihrer Sicht den Markt für Kosmetik- und Wellness-Produkte aus?

Patrick Klein: Der Markt für Kosmetik- und Wellness-Produkte ist ein stetig wachsender Riesenmarkt mit einem enormen Volumen von ca. 18,53 Milliarden Euro (Statista Market Insights). Lt. meinem Stand besitzt die Networkbranche einen Anteil von lediglich 3,5 % daran, was bedeutet, dass hier noch jede Menge Luft nach oben besteht. Denn wir reden hier von Verbrauchsprodukten mit einer enorm hohen Wiederkaufsquote. Die Chancen, hier erfolgreich zu werden, sind überproportional groß!

NK: Wie kann natural wellness bei der Zielgruppe der Kunden und der Vertriebspartner punkten?

Patrick Klein: proWIN trifft mit seinem Pflege- und Wellnnessortiment den Zeitgeist, indem es qualitativ hochwertige und nachhaltige Produkte anbietet, die dennoch in einem konsumfreundlichen Preissegment liegen. Dies schafft eine attraktive Basis für vertriebsbegeisterte Menschen, die sich ein erfolgreiches Business, im Bereich Pflege, Beauty und Wellness aufbauen möchten und sich auf diese Produktwelt konzentrieren möchten. Mit ihrer Expertise und Leidenschaft können sie das Partygeschäft rocken und mit einem tollen

natural wellness noch stärker durchzustarten?

Patrick Klein: Ab April rücken wir natural wellness noch stärker ins Rampenlicht. Mit speziellen Akquise-Tools und einem überarbeiteten Verkaufsmarketing unterstützen wir unsere Berater noch individueller. Wir haben eine neue Katalogwelt mit einem Wellness-Magazin im noch moderneren Erscheinungsbild erschaffen. Neben einem neuen Look ist das Magazin innovativer, emotionaler und zielgruppenorientierter. Das 56 Seiten starke Endkundenmagazin rund um das Thema Pflege & Wellness wird 2 x im Jahr erscheinen. Es ist das perfekte Akquise-Tool für unser Vertriebsteam, denn wir zeigen den Kunden ein breites Spektrum aus Qualität, hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis und bieten die Möglichkeit, sich mit unserer Marke und Produktwelt zu identifizieren.

Spezielle Basis- und Aufbauschulungen liefern fundierte Kenntnisse zur Produktwelt und begleiten die Vertriebspartner auf ihrem Karriereweg. Auch unsere Tasting-Boxen haben

Produkt-Angebot Kunden und Fans begeistern.

NK: proWIN hat angekündigt, nun analog zum proWIN-Reinigungssegment auch in diesem Bereich Marktführer werden zu wollen. Wie wollt ihr das erreichen?

Patrick Klein: Mit einer bereits starken Position unter den TOP 5 Networking-Unternehmen im Segment Kosmetik im deutschsprachigen Raum und vielversprechenden Wachstumsprognosen strebt proWIN danach, sich mittelfristig zum Marktführer zu entwickeln. Durch ein hervorragendes Produktsortiment und Unterstützung durch das Expertenteam des proWIN-Backoffices sind alle Voraussetzungen dafür geschaffen, um dieses Ziel zu erreichen.

NK: Warum halten Sie gerade den jetzigen Zeitpunkt für ideal, um mit

sich als guter Einstieg in diese Produktwelt bewährt.

NK: proWIN ist seit Jahren einer der führenden Direktvertriebe in Deutschland im Bereich Reinigung. Warum trat die Wellness-Sparte bisher nicht stärker in der Branche in Erscheinung?

Patrick Klein: Das ist historisch bedingt. Die DNA von proWIN ist Reinigung und diese Sparte hat proWIN nicht nur groß, sondern auch zum Marktführer im deutschsprachigen Raum gemacht. Aufgrund des hohen Unternehmenswachstums ist unser Wellness-Sortiment proportional mit sehr positiven Ergebnissen mitgewachsen. Wir sehen aber noch exorbitante Wachstumschancen im Bereich Wellness, weshalb wir dieses Segment stärker fördern werden.

NK: Interessierte können sich also auf die Wellness-Sparte fokussieren?

Patrick Klein: Ja klar, jeder kann sich auf seine Lieblingsproduktwelt festlegen. Zahlreiche unserer erfolgreichen Vertriebspartner mit hohen Monatsprovisionen

haben bereits unter Beweis gestellt, dass man sich mit unserem Wellness-Segment ein erfolgreiches Business aufbauen kann. Durch unsere aktuelle Wellness-Offensive sehen wir nun noch höhere Chancen gegeben. Aufgrund des relativ hohen Unisex-Charakters unserer Wellness-Sparte ist sie interessant für alle!



Carolin Eckle, Leitung Produktmanagement:

„Mit unserer natural wellness-Sparte bieten wir ein attraktives Produktangebot, von der Gesichts- und Körperpflege bis hin zu Wellness und Schutz. Aber es ist noch viel mehr: Denn das Konzept beinhaltet nicht nur Beauty und Pflege, sondern auch die Harmonie und den achtsamen Umgang mit sich selbst und unserer Umwelt. proWIN natural wellness schenkt auf ganzer Linie ein gutes Gefühl.“

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



Jeden Monat wissen was im Direktvertrieb läuft

www.network-karriere.com

www.initiative-nebentaetigkeit.de