

# matrix BUCH



# Das kleine MatrixBuch

## Auszug aus Band 1 der Reihe „Partnerjobs“ (Kostenloses Werbeexemplar)

### Die Matrix als Vergütungsmodell in internetbasierenden Partnerprogrammen und Networksystemen (MLM)

Inhalt (alle Inhalte in dieser Ausgabe stark gekürzt):

1. Kleines Begriffslexikon
2. Vergütungspläne im Produktvertrieb
  - 2.1 Unilevel-Plan
  - 2.2 Binärer Plan
  - 2.3 Breakaway / Differenzbonus / Stepstairs-Plan
  - 2.4 Hybrid-Plan
  - 2.5 Matrixplan
3. Die Matrix – ein Vergütungsmodell der besonderen Art
4. Spillover – Fluch oder Segen?
5. Werbung und Marketing
6. Empfehlungen Ihres Sponsors

Meißen, 27.08.11

Guten Tag!

Mein Name ist Lutz Ziegenbalg, ich freue mich, das Sie mein Geschenk – das kostenlose „Kleine MatrixBuch“ von mir anzunehmen.

Auch ich habe mich schon oft gefragt, wie bestimmte Partnerprogramme funktionieren und wie (oder ob!) man damit auch tatsächlich Geld verdienen kann. Es fällt einem oftmals sehr schwer, heute im Internet seriöse von unseriösen Möglichkeiten zu unterscheiden.

Daher freue ich mich ganz besonders, das auch Sie tiefer in die Materie einsteigen möchten. Ich hoffe, Ihnen mit diesem Buch neue Anregungen für Ihr erfolgreiches Internetbusiness geben zu können.

In der Tätigkeit der Programmierung von Internetportalen für Partnerprogramme und Multi-Level-Marketing-Systeme (MLM) hat der Autor dieser Buchreihe „Partnerjobs“ verschiedenste Marketingpläne und Vergütungsmodelle kennengelernt.

Oftmals aber sind die Anwender/Partner mit diesen Vergütungsmodellen überfordert, weil sie mit Begriffen überhäuft werden wie Spillover, Kompression, binäre Matrix etc. pp. Im Folgenden werden wir für die Beschreibung nur den Begriff „Partnerprogramm“ verwenden.

Wir möchten zukünftig mit einer Reihe von eBooks mit begleitenden und vertiefenden Lehrbriefen tiefer in die Materie einsteigen und neben Erläuterungen auch Tipps und Hinweise geben. Sämtliche eBooks werden zusätzlich ein Partnerprogramm beinhalten, welches in der Struktur des behandelten Vergütungsmodells aufgebaut ist.

„Das MatrixBuch“ ist das erste Buch der Reihe „Partnerjobs“, welches über den Webshop <http://0003578.matrixbuch.de/> angeboten wird. Der Webshop bietet auch ein Partnerprogramm, welches, als Matrix aufgebaut, das Thema am praktischen Beispiel vertiefen soll.

Da sich dieses Buch an eine sehr breit gefächerte Leserschicht richtet, sehen Sie es uns bitte nach, wenn der Profi der Materie die Erläuterungen zum Teil vielleicht etwas „kindlich“ dargestellt findet. Wir möchten mit sehr einfachen Worten und nachvollziehbaren Beispielen allen Lesern die Materie nahe bringen.

Wenn Ihnen diese Zusammenfassung gefällt und Sie Interesse an der Gesamtausgabe des MatrixBuchs haben, so können Sie die Gesamtausgabe des MatrixBuchs auf <http://0003578.matrixbuch.de/> für ganz kleines Geld erwerben.

# 1. Kleines Begriffslexikon

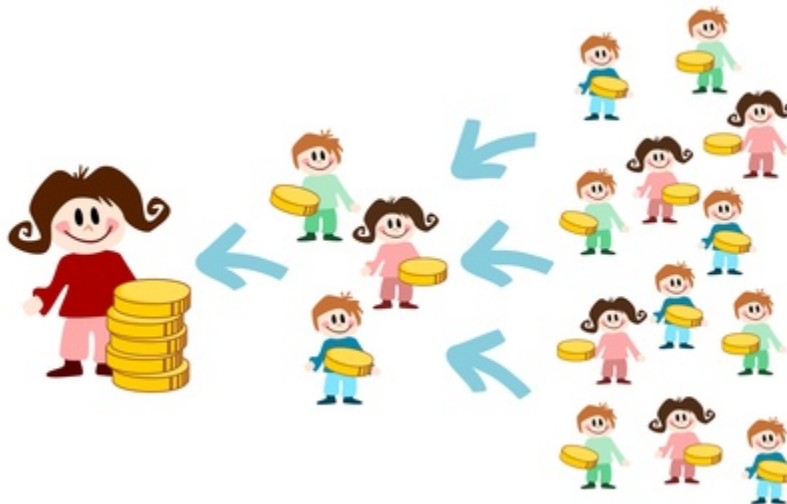
Jedes Partnerprogramm enthält viele Begriffe, die zum Teil auch der englischen Sprache entnommen wurden. Wir möchten Ihnen die wichtigsten Begriffe kurz darbringen, um in diesem Buch Abschweifungen durch Begriffserläuterungen möglichst zu vermeiden.

Im MatrixBuch auf <http://0003578.matrixbuch.de/> werden die wichtigsten Begriffe wie **Downline**, **Sponsor**, **Upline**, **Referral** bzw. **Reflink**, **Passives Einkommen**, **Breakeage** und **Breake-Away**, **Schneeballsystem** und **Spillover** mit anschaulichen Kurzbeschreibungen erklärt.

## 2. Vergütungspläne im Produktvertrieb

Wir vermeiden nun bewusst das Wort „Marketingplan“, denn viele Modelle, die sich „Marketingplan“ nennen, sind gar keine Marketingpläne sondern nur Vergütungspläne.

„Bei einem Marketingplan handelt es sich um ein (schriftliches) Dokument von etwa 5 bis 50 Seiten Länge, aus dem hervorgeht, wie das Unternehmen die derzeitige Marktsituation und deren weitere Entwicklung einschätzt, welche Ziele es verfolgt, und mit welchen Strategien und Marketinginstrumenten es die Ziele erreichen will. Hinzu kommen Kennzahlen zur Fortschritts- und Erfolgskontrolle sowie Vorschläge zur Reaktion auf (unvermeidbare) Abweichungen der tatsächlichen von der geplanten Entwicklung. Ein Marketingplan wird in der Regel für ein Produkt, eine Produktgruppe, eine strategische Geschäftseinheit oder für das gesamte Unternehmen erstellt. Ein Marketingplan ist die Grundlage für einen Businessplan, der die Planung unterstützender Funktionen beinhaltet. Dazu gehören zum Beispiel der Produktions-, Finanz-, Personal- und Beschaffungsplan sowie die Planung der Forschung und Entwicklung und der Innovationen. (Quelle: Wikipedia)“



Ein Marketingplan muss also den kompletten Plan der vier „P“ im Marketing-Mix enthalten: Product, Price, Place und Promotion. Er beschäftigt sich also nicht primär nur mit dem Vergütungsmodell, sondern muss darüber hinaus Angaben zum Produkt, zum Markt und zur Kommunikation (also Vertriebsstrategien für den Partner) enthalten.

Hier trennt sich schon die Spreu vom Weizen, wird Ihnen ein „Provisionsplan“ als „Marketingplan“ präsentiert, so hat der Anbieter außer „Vergütungs-Schön-Hochrechnungen“ scheinbar nicht viel zu bieten.

In einem Vergütungsplan ist das Provisionsmodell des Partnerprogramms beschrieben und dabei die zu erzielenden Verdienste in den einzelnen Ebenen werden benannt. Dies kann in Form von Punkten, Prozenten oder Geldsummen geschehen.

Oftmals trifft man in der Praxis auch eine Kombination verschiedener Modelle an, so z.B. einen „Binären Plan“ mit einem „Breakaway-Plan“ kombiniert. Es wird hierbei nicht den besten Plan geben, jeder Partner muss für sich einschätzen, ob er mit dem vom Unternehmen angebotenen Plan seine (finanziellen) Ziele auch in einem realistischen Zeitraum erreichen kann.

## **2.1 Unilevel-Plan**

Das wohl am häufigsten anzutreffende Partnerprogramm ist der „Unilevel-Plan“. Der Unilevel-Plan stellt das einfache Vergütungsmodell dar, hier werden Provisionen auf Umsätze in einer festen Anzahl Ebenen bezahlt. Mehr zum Unilevel-Plan erfahren Sie in der Komplettausgabe auf <http://0003578.matrixbuch.de/>.

## **2.2 Binärer Plan**

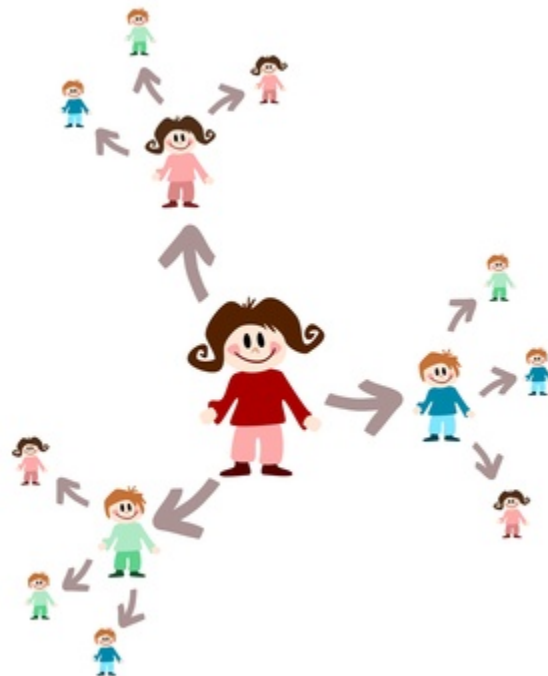
Beim „Binären Plan“ (oft auch „Binärer Matrixplan“ oder „Dualer Plan“ genannt) baut sich Ihre Downline nur zwei Linien auf, sogenannte „Beine“ (engl.: „Legs“). Nachdem Sie zwei Partner geworben haben, so muss jeder weitere Partner in direkter Linie unter jeweils einem dieser zwei Partnern positioniert werden. Mehr zum Binären-Plan erfahren Sie in der Komplettausgabe auf <http://0003578.matrixbuch.de/>.

Ebenso werden Ihnen dort auch die Vergütungsmodelle Breakaway, Differenzbonus sowie der Hybrid-Plan vorgestellt.

## **3. Die Matrix – ein Vergütungsmodell der besonderen Art**

Der Matrix-Vergütungsplan ist auf der ersten Ebene in der Breite und zusätzlich in der Tiefe begrenzt, im Beispiel des Partnerprogramms auf dem Portal <http://0003578.matrixbuch.de/> auf 5 Partner in der Breite und auf 6 Ebenen – also eine „5 x 6 Matrix“.

Wenn Sie nun eine erste Ebene von nur 5 Partnern werben können, was passiert dann mit dem sechsten geworbenen Partner? Geht der Ihnen und damit Ihre Beteiligung an seinem Umsatz verloren? Nein! Denn Matrixsysteme arbeiten stets mit einem „Spillover“, Ihr sechster geworbener Partner wird somit in Ihrer 2. Ebene (unter einem Ihrer Partner in Ebene 1) platziert.



Die Matrix ist also ein starres System, das nur einer genau fest definierten Zahl von Partnern Platz bietet, definiert über die Breite pro Ebene und die Anzahl der Ebenen. In der Illustration ist einmal eine kleine Matrix dargestellt, das wäre ein (gefüllte) 3x2-Matrix. Sie sind „Susi“ in der Mitte, 3 Partner haben Sie in der ersten Ebene und 9 Partner in der 2 Ebene. Somit würden Sie in diesem System Provisionen für die Umsätze dieser 12 Partner bekommen.

Doch halt – jetzt fragen Sie sich sicher: „Was ist, wenn ich mehr als 12 Partner werbe?“ - und genau das ist einer der Haken.

Werben Sie im Beispiel mehr als 12 Partner oder ist die Matrix durch Werbeaktivität Ihrer ersten Ebene voll, so schenken Sie dem System die anderen, neuen Partner! Sie erhalten also keine Provisionen auf Umsätze für den dreizehnten und darüber hinaus geworbenen Partner.

Ebene	Mitglieder/Ebene	Mitglieder gesamt
1	5	5
2	25	30
3	125	155
4	625	780
5	3.125	3.905
6	15.625	19.530

Im Partnerprogramm von <http://0003578.matrixbuch.de/> haben wir daher die Matrix mit einer Breite von 5 Partnern und einer Tiefe von 6 Ebenen bewußt recht groß gewählt, so hat man Platz für 19.530 neue Partner – das ist für einen Einzelnen schon eine anspruchsvolle Aufgabe und sicher nur im Team zu bewältigen.

Alles zu Matrix-Plänen erfahren Sie in der Komplettausgabe auf <http://0003578.matrixbuch.de/>.

## 4. Spillover – Fluch oder Segen?

Was ist das nun, dieser ominöse „Spillover-Effekt“?

Zunächst einmal ist der Begriff recht schnell erklärt. Spillover bedeutet nichts anderes, als das geworbene Partner auf Grund der Systemstruktur der Matrix (da begrenzte Breite) Breite „überlaufen“ und in darunter liegenden Ebenen platziert werden.

Am Beispiel unserer Illustration (nur in der Komplettausgabe des MatrixBuchs) bedeutet das, dass Sie (Susi) nur drei Personen auf die erste Ebene sponsern können. Jede weitere Person (Moritz) wird unter einen dieser ersten drei Partner (im Beispiel Max) gesetzt, bis die zweite Ebene aufgefüllt ist. Die Partner auf der zweiten Ebene können auch nur drei neue Partner für ihre erste Ebene werben. Somit füllt sich die Matrix (zumindest theoretisch) für Max, wenn er nicht selber wirbt, automatisch auf.

Warum Spillover aber tückisch ist, warum Spillover oft nicht funktioniert und was man dagegen tun kann erfahren Sie in der Komplettausgabe auf <http://0003578.matrixbuch.de/>.

## 5. Werbung und Marketing

Wenn Sie am Partnerprogramm des Portals <http://0003578.matrixbuch.de/> teilnehmen möchten, so haben Sie als Käufer des Buchs einen entscheidenden Vorteil. Sie besitzen nämlich 2 Ausgaben des MatrixBuchs – einmal die komplette Ausgabe mit allen Inhalten und die kostenlose Version (die Kurzversion), die Sie gerade lesen. Der Clou daran: Diese Kurzversion können Sie sich als Käufer mit Ihren Daten und Links personalisieren und Sie können diese Kurzversion dann beliebig verteilen bzw. verschenken!

In der Kurzversion ist automatisch Ihr Reflink für das Partnerprogramm bei MatrixBuch hinterlegt. Jeder Beschenkte kann sich damit über Ihren Link auf <http://0003578.matrixbuch.de/> als Käufer und/oder Partner registrieren und wird damit automatisch in Ihrer Matrix platziert!

Nutzen Sie also die Kurzausgabe um neue potentielle Kunden für das MatrixBuch zu begeistern!

### E-Mail-Marketing

Das A und O der Internetwerbung ist heute immer noch die gezielte Ansprache wirklich interessierter Neukunden oder Partner per E-Mail. Wenn Sie einen eigenen Stamm von Newsletterlesern haben, da herzlichen Glückwunsch! Versenden Sie Ihre personalisierte Kurzausgabe als Dateianhang mit Ihrem nächsten Newsletter.

Wenn Sie noch keinen eigenen Stamm von Newsletterlesern haben, so müssen Sie sich diesen Stamm aufbauen oder aber auf vorhandene Newsletterdienste im Web zurückgreifen.

Wie Sie sich nur mit Ihrem Kurzexemplar des MatrixBuchs einen eigenen Newsletterstamm aufbauen können, erfahren Sie in Ihrem Account auf <http://0003578.matrixbuch.de/> – Alles was Sie dazu benötigen, erhalten Sie von uns! Diesen Newsletterstamm können Sie dann auch zur Bewerbung anderer Geschäftsvorschläge nutzen!

Hier haben wir noch ein paar Vorschläge für Marketingmaßnahmen im Internet:

### Die NetworkZentrale

Bei der [NetworkZentrale](#) können Sie nicht nur jede Woche eine Mail an über 3900 andere Empfänger versenden. Sie bekommen auch „Landingpages“ zur Verfügung gestellt. Damit können Sie für spezielle Produkte werben, eine eigene Subdomain bekommen Sie automatisch beigestellt. Aber nutzen Sie auch den Anzeigenmarkt und das Branchenverzeichnis, unter [NetworkZentrale](#) sollten Sie Alles einmal in Ruhe anschauen und dann dort Partner werden.

### Die MatrixWerbung

Auf dem Portal [MatrixWerbung](#) können Sie völlig kostenlos Anzeigen schalten, die auch tatsächlich gelesen werden – probieren Sie es aus!

Haben Sie noch gute Vorschläge für uns? Dann senden Sie uns eine Mail an [mail@matrixbuch.de](mailto:mail@matrixbuch.de) und wir werden Ihren Vorschlag prüfen und in der nächsten Ausgabe des MatrixBuchs berücksichtigen!

## 6. Persönliche Empfehlungen Ihres Sponsors

Ich, **Lutz Ziegenbalg** als Ihr Sponsor freue mich, das Sie dieses MatrixBuch von mir erworben haben und hoffe, Sie konnten für sich neue Denkansätze finden.

Im Folgenden möchte ich Ihnen noch ein paar Empfehlungen von Programmen geben, an denen ich selbst teilnehme und Sie gern als Ihr Sponsor dort begrüßen würde.

---

---

### **Mein Tipp 1:** Das wohl einfachste Online-Geschäft in Deutschland!

Neue Geschäftskontakte knüpfen, Freunde finden, das eigene Geschäft bewerben, Spaß haben und auch noch Geld verdienen!

Einfach den "Link" weitergeben und dafür Geld bekommen!

Viel Spass und vor allen Erfolg

Lutz Ziegenbalg

<http://www.deinerfolg.info>

<http://www.seeyou24.net>

---

---

### **Mein Tipp 2:** Kennen Sie bereits meine Seite?

Hiermit lade ich Sie ganz herzlich ein!

Viel Spass, vor allen neue Erkenntnisse und Erfolg

Ihr Lutz Ziegenbalg

<http://www.deinerfolg.info>

---

---

### **Mein Tipp 3:** Die Geschäftsidee 2011!

Haben Sie sich schon einmahl gefragt, warum Empfehlungsmarketing (MLM) bei vielen Menschen mit Skepsis betrachtet wird?

Einfach eintragen und die Antwort bequem nach Hause geliefert bekommen.

Ich wünsche viel Erfolg

Ihr Lutz Ziegenbalg

<http://www.diegeschaeftsidee24.de>

---

---

### **Mein Tipp 4:** Kennen Sie bereits Basis 2.0 ?

Mit Basis2.0 erhalten Sie ein System an die Hand, mit dem Sie als Unternehmer oder Networker ihrem

Kundenstamm sichern und vor allen mit Neukunden erweitern können.

Landingpages, Autoresponder, Follow UP System, Kontaktverwaltung, HTML E-Mail-, Newsletter- und Videomail -Versand, Registrierungsformulare, URL Verkürzer, Statistiken und...

Alles aus einer Hand und das zum Minipreis!

Und ganz nebenher verdienen Sie auch noch Geld! (als Teilnehmer in einer Matrix!)

Viel Erfolg

Lutz Ziegenbalg

<http://www.deinerfolg.info>

<http://www.basis-2.de>

Fotos:

© Rido, thingamajiggs – Fotolia.com