

Die
Direktvertriebsbranche:

Zeit für
ein neues
Image?

XANGO
verändert
Leben
in Namibia

Independent
Representatives
von QNET
Genießen die
Vorteile von
FibreFit

FlexKom

ein visionäres Unternehmen
erobert Europa und die Welt

XANGO
Ignite Events
in den GUS-
Staaten

**Dan Catto und
NHT Global**
Entgegen aller
Erwartungen

Aaron Webber
"Walks the
Talk" - Unicity
International

Forever L.
Neuer Star
im produkt-
sortiment

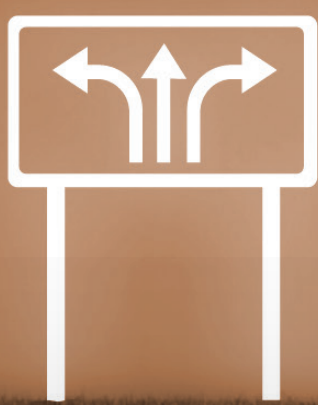
Flexkobi⁺⁺⁺⁺



Flexoutlet



Flexnetwork



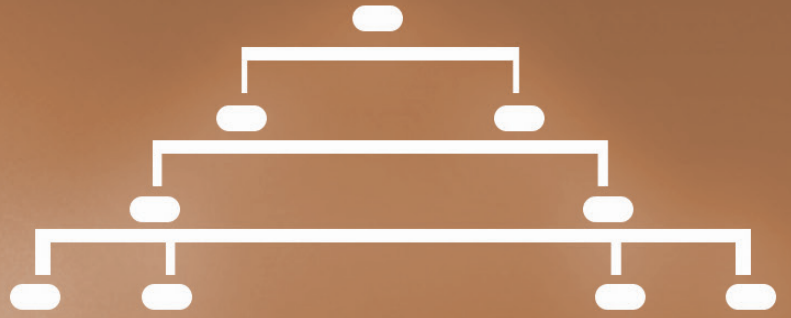
Flex

ein visionäres Unternehmen

Flexmoney



Flexcall



Flexshop



Flexholiday



Flexity



Komm

men erobert Europa und die Welt

Gerade in diesem Moment haben Sie es sich vielleicht in Ihrem Lieblingssessel bequem gemacht, haben Ihr Notebook auf dem Schoß, genießen eine Tasse Kaffee und vertiefen sich in unsere aktuelle Cover Story. Merken Sie es? Ob Sie es glauben oder nicht – Sie sind gerade Zeuge einer Revolution, die die Welt grundlegend verändern wird. Sie glauben das nicht? Warten Sie ab.



Flexkobi + + +

Flexnetwork

Flexonline

Flexmoney

Flexcall

Flexair

Flexibility

Flex

Flexkom

Flexkom a Visionary Company is Conquering Europe and the World





Ihr gestriger Tag wird sich vom heutigen nicht großartig unterscheiden, deshalb ist es wahrscheinlich schwer zu glauben, dass gerade jetzt in diesem Moment eine Entwicklung stattfindet, die eine bisher noch ungeahnte Tragweite haben kann. Wenn wir zurückschauen auf die Erfindung des Verbrennungsmotors, der Dampfmaschine oder des Telefons, sind wir uns sicher alle einig, dass diese Erfindungen die gesamte Welt und unser aller Leben extrem stark verändert haben. Oder könnten Sie sich heute noch vorstellen, bei Petroleumbeleuchtung zu lesen? Ihre Geschäftskorrespondenz ausschließlich per Brief (oder per Brieftaube) abzuwickeln? Mit dem Pferdefuhrwerk Ihre Erledigungen in der Stadt zu tätigen? Sicher nicht! **Hinter den sogenannten „Annehmlichkeiten unseres modernen Lebens“ stehen grandiose Erfinder, Menschen, die ihrer Zeit weit voraus waren und durch**

ihre visionären Ideen die ganze Welt verändert haben. Und schlecht verdient haben sie dabei auch nicht!

Aber man muss gar nicht so weit zurückschauen und Thomas Edison, Alexander Graham Bell oder das Automobilisten-Duo Daimler und Benz als Beispiele heranziehen. Ein perfektes Beispiel für eine visionäre Idee, die die ganze Welt und unser Leben verändert hat, liefert Steve Jobs und die Erfindung des ersten massentauglichen Computers. Steve Jobs und seine Mitstreiter haben 1976 den Weg für eine technologische Entwicklung bereitet, die heute als Selbstverständlichkeit angesehen wird, aber zur damaligen Zeit eher belächelt und als technische Spielerei abgetan wurde. Niemand hätte sich Ende der 70er Jahre vorstellen können, dass ein PC, Notebook oder Tablet heute unverzichtbar sein würde, dass wir im Grunde alles – vom Shoppen

bis zum Führen eines eigenen Geschäfts – mit dieser „technischen Spielerei“ abwickeln würden. Aus dem „Spielzeug“ wurde ein fester Bestandteil unseres Lebens, ohne den wir eigentlich nicht mehr auskommen. Damals ahnte kaum jemand, welches Potenzial in der Erfindung von Steve Jobs, Steve Wozniak und Ronald Wayne steckte. Das kleine Unternehmen Apple, das mit einem Startkapital von nur 1.750 US-Dollar (der Betrag, den Steve Wozniak durch den Verkauf seines alten VW-Busses aufbrachte) in einer Garage begann, war weniger als 30 Jahre später zu einem milliardenschweren Konzern herangewachsen. Kaum jemand hätte das ahnen können – vielleicht nicht einmal Jobs und Co.

Trotzdem hielten sie an ihrer Idee fest – eine visionäre, zukunftsweisende Idee. Und das zahlte sich im wahrsten Sinne des Wortes aus. Visionäre Ideen haben

We are talking about FlexKom, which started with an innovative and visionary business model in 2010 and since then has been able to record tremendous growth. The forward-looking core of the business model is the combination of local retail and online commerce. Now this model is being expanded by a functional m-commerce model.

Form des Online-Handels berichtet, der als M-Commerce bezeichnet wird. M-Commerce (Mobile Commerce) ist im Grunde die Weiterentwicklung des E-Commerce (Electronic Commerce) und verfügt über das Potenzial, unser Shopping- und Geschäftsverhalten zu revolutionieren.

Das Internet wird schon heute, nur unglaublich kurze Zeit nach dessen Massenverfügbarkeit, als eine der wichtigsten Entwicklungen der Menschheit bezeichnet – zu Recht. Denn durch das Internet haben sich nicht nur unser Kommunikationsverhalten und unsere Einkaufsgewohnheiten extrem verändert, sondern es sind sogar ganze Wirtschaftszweige entstanden, die ohne Internet nicht existieren könnten. Als Apple im Jahr 2007 das erste iPhone und im Jahr 2010 das erste iPad auf den Markt brachte, revolutionierte das Unternehmen damit unsere Nutzungsmöglichkeiten des Internets. Die (echte) mobile Verfügbarkeit des Internets läutete eine neue Ära ein und bringt nun nach dem E-Commerce eine neue Form des Online-Handels hervor: M-Commerce.

M-Commerce ist noch ein sehr junges Konzept, deshalb gibt es im Gegensatz zum E-Commerce bisher erst wenige ausgefeilte und praktikable Nutzungs-

möglichkeiten. Natürlich, die meisten von uns checken ihre E-Mails nicht mehr nur am heimischen Desktop-PC, sondern genauso selbstverständlich auch unterwegs. Facebook ist ebenfalls bereits im mobilen Zeitalter angekommen. Aber ein massentaugliches, komfortables und effektives M-Commerce-Konzept gibt es bisher weder in der konventionellen Wirtschaft noch im Vertrieb.

Und genau das könnte sich jetzt ändern. Das Unternehmen, das als eines der allerersten ein funktionsfähiges M-Commerce-Konzept an den Start bringt, ist ein europäisches Vertriebsunternehmen. Kein Wunder, gilt die Network-Marketing-Branche doch seit jeher als besonders flexibel und zukunftsorientiert. Während konventionelle Unternehmen nicht selten noch mit einer ansehnlichen Social-Media-Präsenz überfordert sind, läutet ein Vertriebsunternehmen aus Europa bereits die nächste Ära ein.

Die Rede ist von FlexKom, das im Jahr 2010 mit einem innovativen und visionären Geschäftsmodell an den Start ging und seitdem ein unglaubliches Wachstum verbuchen konnte. Der zukunftsweisende Kern des Geschäftsmodells ist die Verknüpfung von lokalem Einzelhandel und Online-Handel – nun wird dieses Modell um ein funktionsfähiges M-Commerce-Modell erweitert.

nicht nur das Potenzial, die Welt zu verändern, sondern sind noch dazu unglaublich lukrativ und profitabel. Das Problem ist nur, dass die meisten sie erst erkennen, wenn sie längst zum Mainstream geworden sind.

Sie fragen sich vielleicht, was das alles mit Ihnen zu tun haben soll. **Ganz einfach: Was wäre, wenn Sie selbst von einer visionären Idee profitieren könnten, die das Potenzial hat – sagen wir – unser Shopping- und Konsumverhalten grundlegend zu verändern?** Was wäre, wenn Sie zu denen gehörten, die bereits bequem im sprichwörtlichen Zug sitzen und von Anfang an dabei sind, statt wie viele andere erst aufzuspringen, wenn der Zug bereits fährt, wenn die visionäre, zukunftsweisende Idee schon zum Mainstream geworden ist?

In den vergangenen Wochen haben wir im OBTAINER über eine neue





EINE VISIONÄRE IDEE NIMMT GESTALT AN

FlexKom nahm seine Geschäftstätigkeit offiziell am 08. August 2010 in der Türkei auf und konnte in den vergangenen zwei Jahren ein überwältigendes Wachstum verbuchen. Nach eigenen Angaben hat FlexKom innerhalb dieser sehr kurzen Zeit mehr als 50.000 Geschäftspartner, tausende Akzeptanzstellen und über 3 Millionen Kunden (darunter auch zahlreiche Proficlubs der türkischen Fußballliga) aufgebaut. Nach einer dreimonatigen Pre-Launch-Phase wurde im Juli 2012 die FlexKom Europe GmbH mit Sitz in Holzgerlingen bei Stuttgart (jetzt in München) gegründet und damit die offizielle Europa-expansion eingeläutet.

Hinter FlexKom steht Cengiz Ehliz, der als Gründer des Unternehmens sehr von

seiner mehr als 20-jährigen Erfahrung im Network Marketing profitieren konnte. Im Laufe seiner sehr erfolgreichen Karriere baute Cengiz Ehliz eine Organisation mit über 63.000 Partnern und mehr als 1,5 Millionen Kunden auf. Cengiz Ehliz wollte kein klassisches Network-Marketing-Unternehmen gründen, sondern eines aufbauen, das sich abhebt und vor allem das einhält, was es verspricht. Aus seiner eigenen Karriere als Vertriebspartner hatte Ehliz etwas Essenzielles gelernt: „Ein System ist wichtig, aber noch wichtiger ist das Produkt. Nur wenn ich ein Produkt anbiete, das der Kunde nutzt und vor allem gerne nutzt, dann kann ein echtes passives Einkommen aufgebaut werden. Nur wenn der Kunde das Produkt

kauft, ohne dass ich ihm nachlaufen muss, kann ein passives Einkommen zustande kommen.“

Vor neun Jahren kam Cengiz Ehliz dann die sprichwörtliche Erleuchtung. Wenn es doch manchmal so schwierig zu sein scheint, als Networker Kunden zu gewinnen, warum sich dann nicht an Einzelhändler wenden und diese als Multiplikator nutzen? Denn eines haben Einzelhändler schon: Kunden!

FlexKom

Zahlen, Daten, Fakten

FlexKom International AG & FlexKom Holding AG

Sitz: Istanbul und Schweiz

FlexKom Europe GmbH

Sitz: München

Operatives Geschäft: Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Großbritannien, Belgien, Frankreich, Türkei und Mazedonien

ERFAHRENES INTERNATIONALES MANAGEMENT-TEAM AN DER UNTERNEHMENSSPITZE



Gründer:
Cengiz Ehliz

CEO:
Asker Sakinmaz

CEO:
Asker Sakinmaz

Mitglied in der Deutsch-Österreichischen Handelskammer und Deutsch-Schweizerischen Handelskammer

Planzahlen für 2013: 40 Millionen Kunden in Deutschland, 3 Millionen Kunden in Österreich, 2,5 Millionen Kunden in der Schweiz, 30 Millionen Kunden in Großbritannien mit je 100 EUR Monatsumsatz

Top-Führungskräfte: Renze Delstrat (Niederlande), Erwin Falley (Belgien), Ian Driscall (Großbritannien), Alexander Eisenegger (Deutschland), Josef Fischbacher (Deutschland), Carlos Plogner (Österreich)

Kontakt: contact@flexkom.com

Mit diesem Gedanken nahm die Idee und das System von FlexKom erste Gestalt an und führte zur Unternehmensgründung im Jahr 2010. **Der türkische Markt wurde aufgrund der niedrigen Kosten für die Produktentwicklung ausgewählt und der Vertriebsaufbau startete erfolgreich.** Für den europaweiten Aufbau konnten zwei hochkarätige Vertriebsprofis gewonnen werden, die über vielfältige Erfahrungen im klassischen Unternehmensaufbau und

im Vertrieb verfügen – Asker Sakinmaz und Michael Scheibe.

Die Türkei wurde ganz bewusst als Ausgangspunkt des Unternehmens gewählt, denn dort war nicht nur die Produktentwicklung mit geringen Kosten verbunden, sondern das vielfältige und faszinierende Land an der Grenze zwischen Europa und Kleinasien gilt als einer der aktuellen Hotspots für den E-Commerce. Allein in der Türkei hat der

E-Commerce ein Jahresvolumen von über 12 Milliarden US-Dollar. Dies hat auch damit zu tun, dass die türkische Bevölkerung im europäischen Vergleich überdurchschnittlich jung und quasi mit dem Internet groß geworden ist. Junge Türken nutzen das Internet und E-Commerce als alltägliche Selbstverständlichkeit. Ein weiterer wichtiger Faktor ist, dass die türkische Wirtschaft trotz der globalen Krisen boomt.



DAS FLEKKOM SYSTEM



Die FlexCard

www.flexkom.com

FlexKom bietet keine physischen Produkte an – ein Schwerpunkt des Geschäftsmodells sind die fünf Online-Portale (FlexShop, FlexOutlet, FlexDeal, FlexHoliday und FlexCall). Hier können Verbraucher Produkte des täglichen Bedarfs, Haushalts- und Gesundheitsprodukte, Kommunikations-Gadgets, Reisen, Körperpflegeprodukte u. v. m. zu sehr günstigen Preisen kaufen. Die angebotenen Produkte gehören zu den beliebtesten schlechthin – nicht nur in der Türkei.

Was ist an einem Online-Shopping-Portal revolutionär oder zukunftsweisend, werden Sie sich vielleicht fragen. Ganz einfach: Die FlexKom-Portale sind nur ein Aspekt des Geschäftsmodells.

Der zweite Schwerpunkt, der FlexKom ganz nach vorne bringt, ist die Verknüpfung von Online- und Offline-Handel durch den Anschluss von lokalen Einzelhändlern. Dies geschieht in Form von Kundenkarten, mit denen der Kunde bei angeschlossenen Händlern satte Rabatte einheimsen kann. Dabei entsteht eine

vierfache Win-Win-Win-Win-Situation für alle beteiligten Gruppen. Kunden erhalten auf ihre Einkäufe bei angeschlossenen Händlern Rabatte. Einzelhändler profitieren durch das Gewinnen neuer Kunden. (Welches Argument wäre besser, als bei einem Händler einzukaufen, der Rabatte auf die angebotenen Produkte gewährt?) Und die Vertriebspartner von FlexKom profitieren ebenfalls, denn durch das FlexKom-System bauen sie ein lukratives und effektives Business mit einem echten passiven Einkommen auf.

Die meisten von uns haben heutzutage wenigstens eine Kunden- oder PayBack-Karte in ihrem Portemonnaie, die inzwischen selbstverständlich bei jedem Einkauf vorgezeigt wird, um so Rabatte zu erhalten oder von Bonusaktionen zu profitieren. Neun Mal Brötchen beim Bäcker um die Ecke kaufen und die zehnte Brötchentüte gratis erhalten. Punkte sammeln und Prämien bekommen. Oder einen Rabatt beim Einkauf erhalten, der gleich an der Kasse abgezogen wird. So funkti-

onieren Kunden- und PayBack-Karten – und das ganz hervorragend.

Rabatte und Prämien sind seit Jahren ein erfolgreiches Verkaufsinstrument und aus dem Handel schlicht nicht mehr wegzudenken. Durch solche Rabatte und Prämien lassen sich nämlich Kunden zu weiteren Käufen animieren oder Neukunden besser halten.

Laut einer 2011 durchgeführten Studie der schweizerischen KPMG International Cooperative (globales Netzwerk unabhängiger Unternehmen aus dem Bereich Unternehmens- bzw. Managementberatung) mit dem Titel "Preisportale, Couponing, soziale Netzwerke – der Einfluss aktueller Online-Trends auf das Kaufverhalten" nutzten über 41 % der Befragten regelmäßig Online-Rabatte. Die Anbieter solcher Rabatt- und Prämienaktionen versprechen sich eine stärkere Kundenbindung und größere Marktdurchdringung durch Online-Gutscheine, die oft auch offline eingelöst werden können. Kundenkarten im klassischen Einzelhan-

del erfreuen sich ebenfalls großer Beliebtheit. So stecken nach einer TNS Emnid-Studie in den Geldbörsen der Deutschen durchschnittlich 4,4 Kundenkarten.

Und an diesem Hebel setzt FlexKom mit seinem Geschäftsmodell an. Wird ein lokaler Einzelhändler Vertragspartner von FlexKom (diese werden als FlexKobi bezeichnet), erhält der Kunde mit der FlexCard, die er ausgestellt bekommt, auf seinen Einkauf prozentuale Rabatte in Form von sogenannten FlexMoneys gutgeschrieben. Kauft der Kunde online auf den FlexKom-Portalen ein, erhält er einen Rabatt in gleicher Höhe. **Die Rabatte werden dann auf das Online-Konto des Kunden überwiesen und können beim nächsten Einkauf wiederum in allen Akzeptanzstellen eingelöst werden. Die FlexMoneys entsprechen der jeweiligen Landeswährung 1:1.**

Anders als die meisten Rabattkartenanbieter am Markt verbindet FlexKom lokalen Einzelhandel und Online-Shopping auf innovative Weise. Darüber hinaus durchdringt FlexKom auch vertikal alle Produktsegmente: von stark nachgefrag-

ten Consumer Electronics über attraktive Urlaubspakete bis hin zum Mietauto. Denkbar sind theoretisch alle Produktsegmente, sofern der entsprechende Einzelhändler sich dem FlexKom-Händlernetz angeschlossen hat.

Speziell für Einzelhändler gibt es mehrere gute Gründe, ein FlexKobi zu werden. Rabatt- und Kundenkarten stärken die Kundenbindung und können einen größeren Umsatz generieren, da Kunden zu weiteren Einkäufen animiert werden. Der echte Wachstumsmultiplikator liegt bei FlexKom aber darin, dass die Karten ausgebenden FlexKobi an allen Einkäufen ihrer Kunden, egal in welcher Online- oder Offline-Akzeptanzstelle weltweit sie gerade shoppen, am Umsatz beteiligt sind. Ein enorm attraktives Zusatzgeschäft für jeden Einzelhändler.

Kunden erhalten mit der FlexCard also Rabatte auf ihre Einkäufe bei angeschlossenen Online- und Offline-Händlern. Angeschlossene Händler profitieren von einer stärkeren Kundenbindung und einer zusätzlichen Umsatzbeteiligung ihrer Kunden.

Vorteile für Einzelhändler

- + zusätzlicher Umsatz ohne Werbeausgaben
- + zeitnahe Kundenverdoppelung (ab Phase 3) und damit Umsatzverdoppelung
- + Beteiligung am Online-Marktvolumen (ab Phase 3)
- + Bekanntmachung auf der Online-Kunden-Seite und durch die FlexKom-App (ab Phase 3)
- + Beteiligung an Kundenumsätzen in anderen Akzeptanzstellen (ab Phase 3)
- + Backoffice
- + SMS & Video-Mail-System, mit dem Kunden sekundenschnell Informationen zugeleitet werden können
- + Werbung für Einzelhändler durch das FlexKom-System (ab Phase 3)
- + FlexKom-App (ab Phase 3)



Aber das ist noch nicht alles. FlexKom schaltet im großen Maßstab Werbekampagnen für die eigenen Portale UND für angeschlossene Einzelhändler. In der Türkei wird bspw. auf fünf großen Fernsehsendern Werbung gezeigt. Außerdem tritt der türkische Fußball-Superstar und Gewinner des Goldenen Fußballschuhs Tanju Çolak als Markenbotschafter von FlexKom auf. In Europa sollen derzeit Gespräche mit einigen ehemaligen Fußballweltmeistern und Sportprofis stattfinden, die in Zukunft als Markenbotschafter für FlexKom tätig sein werden.

FlexKom verfügt damit über mehrere Alleinstellungsmerkmale, von denen Franchise-Partner enorm profitieren. Zum einen übernimmt das Unternehmen selbst aktiv die Werbung, was keine Selbstverständlichkeit ist, denn in den meisten Network-Unternehmen werden Vertriebspartnern lediglich Broschüren u. Ä. zur Verfügung gestellt.

Einer der hervorstechendsten Vorteile ist aber die klare Ausrichtung auf ein passives Einkommen. Da die Franchise-Partner direkt vom wachsenden Kundenstamm der angeschlossenen Einzelhändler profitieren und somit nicht zwingend eine eigene Organisation aufbauen müssen, ist ein echtes passives Einkommen möglich.

Die Franchise-Partner von FlexKom können aber noch weitere Vorteile genießen. Basierend auf dem Franchise-Gedanken, erhält jeder FlexKom Business Partner für eine kleine Franchise-Gebühr ein schlüsselfertiges Konzept.

Jeder angeschlossene Einzelhändler wird (ab Phase 3) mit dem FlexCard PoS-Gerät sowie über 1.000 FlexCards ausgestattet, auf Wunsch angepasst ans eigene Branding. Das Umsatzpotenzial bzw. die Rückvergütung für den Einzelhändler liegt bei bis zu 20 % der gewährten Rabatte – egal ob diese online oder offline generiert werden. Da FlexCard-Nutzer selbstverständlich bevorzugt in den FlexCard-Akzeptanzstellen einkaufen (um so ihre Rabattmöglichkeiten maximal auszuschöpfen), wird die Markt- und Wettbewerbssituation des jeweiligen Einzelhändlers zusätzlich gestärkt.

Was bedeutet dies für den FlexKom-

Partner? Das FlexKom-Geschäftsmodell ermöglicht diesem, sowohl vom B2C- als auch B2B-Geschäft zu profitieren. Im ersten Fall kann er für eine gewisse Franchise-Gebühr einen fertigen Webshop inklusive Backoffice erwerben und so von direkten Kundeneinkäufen in seinem Online-Shop profitieren. Das wirklich große Potenzial liegt jedoch im B2B-Bereich. Der Vertriebspartner wirbt Online- bzw. Offline-Einzelhändler und verdient an deren Kundenumsätzen bzw. -rabatten mit.

Als Vertriebsunternehmen bietet FlexKom seinen Vertriebspartnern, wie jedes andere Network-Unternehmen natürlich auch, die Möglichkeit, von den Umsätzen der geworbenen Partner bzw. der Downline und der Kunden zu profitieren. Hierbei kann jeder Partner

Jeder angeschlossene Einzelhändler wird (ab Phase 3) mit dem FlexCard PoS-Gerät sowie über 1.000 FlexCards ausgestattet, auf Wunsch angepasst ans eigene Branding. Das Umsatzpotenzial bzw. die Rückvergütung für den Einzelhändler liegt bei bis zu 20 % der gewährten Rabatte – egal ob diese online oder offline generiert werden.



MARKEN

- » SAMSUNG
- » Tefal
- » PHILIPS
- » LG

SAMSUNG

Emiş gücü 460W
Gürültü Seviyesi 83 dBA
Işık filtresi kontrol
Vücut üzerinde Güç kontrolü
Avtomatvanie kabloşu
360° döndürülen hortum
Egzoz Filtre HEPA 12
2,4 litre Toz kapasitesi.

BU FIRSAT KAÇMAZ

SAMSUNG LED TV
Full HD Slim 101cm,
1920x1080, CMR 100
HZ, 4xHDMI, DLNA,
2xUSB, UE40D5000

BU FIRSATI KAÇIRMAYIN!!!

Flex Outlet Angebote

| | |
|--|---|
| <p>VIEWSONIC TABLET WIFI VPAD 10E (4GB 16 GB/9.7/4.0)</p> <p>10. : € 790,00 100 : € 747,00 1.000 : € 697,00</p> <p>Dieses Produkt wird 4 Leute gefragt.</p> | <p>SP800B OLYMPUS 14MP 30X 3</p> <p>10. : € 725,00 100 : € 700,00 1.000 : € 675,00</p> <p>Dieses Produkt ist ein Person gefragt.</p> |
|--|---|

FlexShop

FlexPazar

FlexOutlet

FlexHoliday

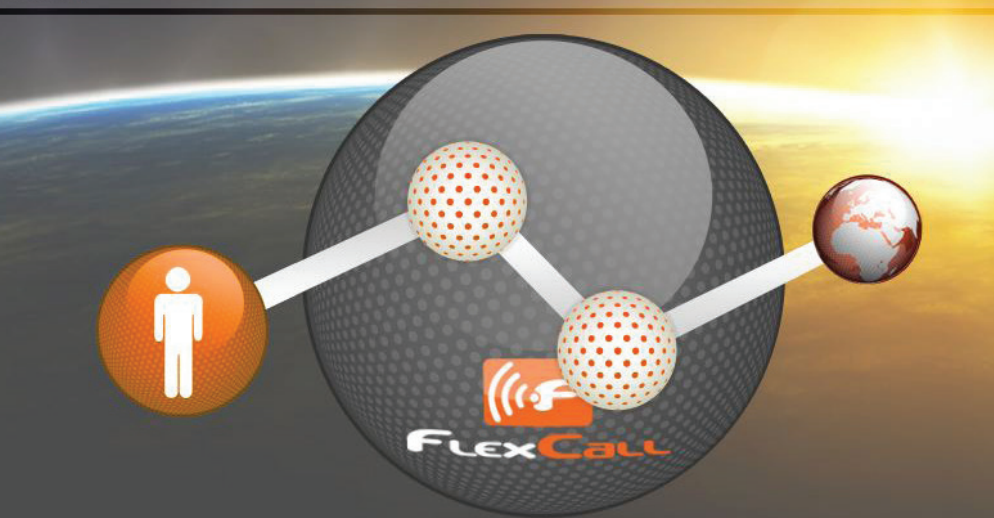
Samsung Fotoğraf Makinası

BU FIRSAT KAÇMAZ

Samsung 3D Led TV



exCall



sein eigenes Verkaufsteam aufbauen und somit gemäß Vergütungsplan an dessen Umsätzen teilhaben.

Der Multi-Channel-Ansatz hat FlexKom zum Überflieger in der türkischen Direktvertriebsbranche gemacht. 43.000 Geschäftspartner, die die FlexCard in der Türkei in Umlauf bringen, sowie tausende Akzeptanzstellen und 3 Millionen Kunden in nur sechs Monaten – ein klares Zeichen für weit überdurchschnittlichen Erfolg. Um türkische Kunden noch stärker zu animieren, die FlexCards einzusetzen, wurde ein Incentive-Programm ins Leben gerufen, das für gesammelte FlexMoneys besondere Prämien ausschüttet. Für nur 1.000 FlexMoneys gibt es einen kostenlosen LCD-Fernseher, für 50.000 FlexMoneys einen kostenlosen BMW 5er bzw. einen Mercedes Benz und für 100.000 FlexMoneys sogar ein eigenes Haus. Kunden in anderen europäischen Ländern könnten sich vielleicht schon bald über ähnliche Incentives freuen.

Es ist unübersehbar, dass der Bedarf nach Kundenkarten und/oder Rabatten groß ist. Dies spiegelt sich nicht zuletzt in den tausenden FlexCard-Akzeptanzstellen in der Türkei wider. Der Bedarf nach Rabatten bzw. Kunden- und Händler Vorteilen muss nicht erst geweckt werden – er ist überall schon längst da.

| KATEGORIEN | ANGEBOTE | KAMPAGNE | UNTERNEHMEN | ÜBER UNS | IMPRESSUM |
|--|---|---|--|---|--|
| Kategorien » APPLE » COMPUTERS & ELECTRONICS » KIDS & BABY CLOTHING » LINGERIE » PERFUME » WATCH » WOMAN SHOES » SPORTS SHOES » HANDBAGS | Samsung 10.1" Galaxy Tab 2 10.1 16GB Slate Tablet - Ice Cream Sandwich Operating System \$439,99 | Vampire by Body Fantasies 1.0 oz Eau de Parfum Spray for Women \$15,40 | Spaotlight-Produkte Cabotine by Gres 1.0 oz Eau de Toilette Spray for Women Melden Sie sich bitte an, um die Preise zu sehen. | Dolce and Gabbana DW0131 Hens Round White Dial Melden Sie sich bitte an, um die Preise zu sehen. | NINE WEST SHOES WEIGHTLESS NATURAL MULTI SYNTHETIC Melden Sie sich bitte an, um die Preise zu sehen. |
| | | | DKNY WAVERLY black | Nike Dual Fusion Run blue glow white | Hypnotic Poison by Christian Dior 1.7 oz Eau de Toilette |
| | | | | | Produkte in Ihrem Einkaufswagen FlexOutlet FlexPazar FlexShop FlexHoliday Angebote des Tages (3) Aqua by Bulgari 3.4 oz Aftershave Lotion for Men \$44.00 sofort kaufen |



DREI PHASEN FÜR DEN ERFOLG



Die Markterschließung und -durchdringung erfolgt bei FlexKom in drei Phasen, die nacheinander ablaufen.

„Die erste Phase dient dem reinen Aufbau einer vertrieblichen Infrastruktur“, erklärt Cengiz Ehliz das FlexKom-Phasenmodell. „Wir brauchen in einem Land in allen wichtigen Städten erfahrene und aktive Vertriebsprofis als City-Koordinatoren. Es geht nicht darum, wer der Erste ist, aber sehr wohl darum, wer der Schnellste ist. Die City-Koordinatoren übernehmen die gesamte Koordinierung von Global Team Members

(die Akzeptanzstellenvermittler) in den einzelnen Städten bzw. Regionen.“

Sind ausreichend Partner gewonnen, wird die zweite Phase eingeleitet, in der dann Einzelhändler angeschlossen werden. Cengiz Ehliz erklärt das Vorgehen in dieser Phase folgendermaßen: „In der zweiten Phase schließen wir Einzelhändler an unser Vertriebsnetz an. Händler haben natürlich das Interesse, Vorteile an eine große Gruppe von Kunden zu geben. Außerdem bauen wir in dieser Phase bereits die ersten Kunden

auf. Dies tun wir durch unsere Business Distributors, Junior Team und Business Team Members. Ab Phase 3 starten die City Koordinatoren dann das Vereins-, Hotel- und Firmenkundenkonzept.

Im Moment befinden wir uns in Europa in Phase 1 und beginnen nun damit, Pilot-Akzeptanzstellen aufzubauen. Damit können unsere Partner die Funktionalität des Erfolgskonzepts von FlexKom direkt vor Ort, also beim jeweiligen Händler, präsentieren. Damit steigt das Vertrauen in unser Konzept – sowohl vonseiten der Partner als vonseiten der Einzelhändler.

Insgesamt darf aber zwischen Phase 2 und 3 kaum Zeit vergehen, und es braucht wirklich aktive Vertriebsprofis und eine perfekte Infrastruktur, um in wenigen Wochen tausende von Händlern flächendeckend an unser Unternehmen zu binden! Genau deshalb dürfen bei uns immer nur ausgesuchte Berater auch Händler ans Netz andocken. Dafür müssen sie bereits im Vorfeld ein großes Team an Beratern aufgebaut haben. Was dann ja auch in Phase 3 entsprechend wichtig ist, nämlich wenn unsere Berater und die angeschlossenen Händler Millionen von Kunden ins System holen!“

Die Auswahl dieser aktiven



Vertriebsprofis erfolgt nach einfachen und nachvollziehbaren Kriterien. Wer zuerst bestimmte Karrierestufen in einer Region erreicht hat, qualifiziert sich für die Partner- und Händlerprogramme in Phase 3. Es ist also durchaus ein Wettkampf um Wachstum und Aktivität unter den Franchise-Partnern gegeben, der natürlich maßgeblich zu großer Motivation beiträgt. Und der bisherige Erfolg in der Türkei zeigt, welche fantastischen Ergebnisse erzielt werden können.

„Um den deutschen Markt abzudecken, brauchen wir keine 100.000 Berater oder 500.000 Berater. Wir brauchen nur 4.000 Berater, die jeweils 10 Händler aufbauen. Damit haben wir schon 40.000 Händler und 40.000 Händler bauen je 1.000 Kunden auf. Das heißt, es sind 40 Millionen Kunden. Und damit haben wir den gesamten deutschen Markt abgedeckt – mit nur 4.000 Partnern“, rechnet Cengiz Ehliz eindrucksvoll vor.

Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass sich diejenigen ganz besonders freuen können, die als Franchise-Partner bzw. Global Team Members für FlexKom unterwegs sind. Jeder Franchise-Partner hat das exklusive Marketingrecht für eine bestimmte Region. Dort darf nur er die FlexCards an Einzelhändler weitergeben

und diese ins Geschäft holen – und so ein passives Einkommen aufbauen. Die einzelnen Regionen werden durch die sogenannten City Coordinators koordiniert. Diese erhalten noch einmal 5 % Extraprovision auf alle Umsätze in ihrer Region.

In der Türkei hat FlexKom die ersten beiden Phasen bereits erfolgreich abgeschlossen. Am 08. September 2012 läutete FlexKom im Rahmen eines Meetings in Konya die dritte Phase für türkische FlexKom-Partner ein. Innerhalb weniger Wochen wurden allein in der Türkei mehr als 1.000 Einzelhändler bzw. Akzeptanzstellen mit entsprechend vielen Kunden aufgebaut.

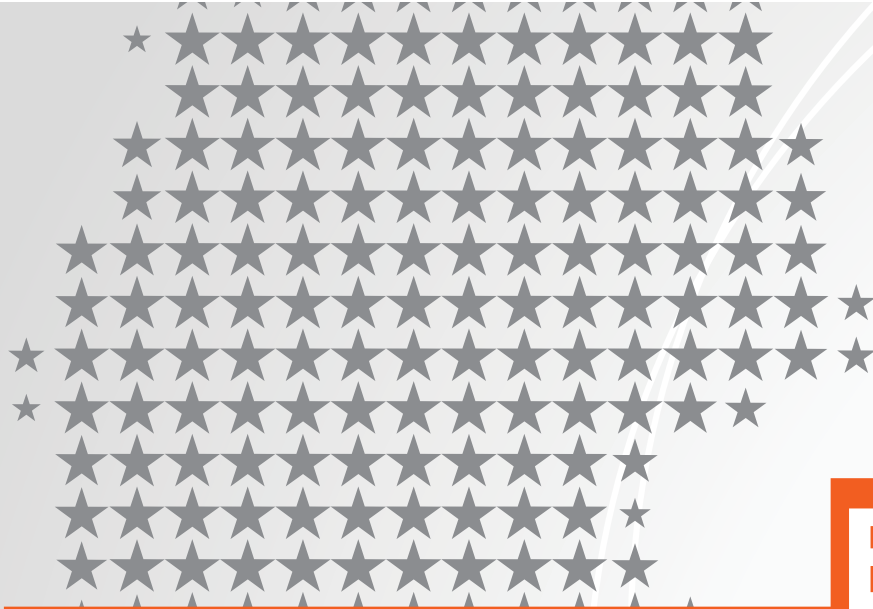
Der durchschlagende Erfolg in der Türkei diente FlexKom gleichzeitig dazu, das technische Fundament des Unternehmens auf Wachstumspotenzial und Stabilität zu überprüfen – und das Ergebnis war mehr als positiv.

Der türkische Markt ging Ende 2012 in die dritte Phase über und das große Ziel war es, innerhalb der folgenden Monate 30.000 Akzeptanzstellen in der Türkei aufzubauen. Geht man davon aus, dass jede Akzeptanzstelle bzw. jeder angeschlossene Einzelhändler durchschnittlich 1.000 Kunden mitbringt, würde das für FlexKom bedeuten, dass allein in der Türkei 30 Millionen Kunden von

Rabattmöglichkeiten durch die Verknüpfung von Einzelhändlern mit den Online-Shopping-Möglichkeiten von FlexKom profitieren könnten.

Das Meeting in Konya war gleichzeitig auch der Startschuss für die Partner außerhalb der Türkei. Ziel war es, dass jeder der 500 eingeladenen VIP Gold-Partner innerhalb der nächsten acht bis zehn Wochen je 10 neue Gold-Partner gewann (Phase 1). Damit würde sich das Network auf 5.000 Partner vergrößern. Anschließend sollte die zweite Phase ausgerufen werden, in der die Partner lokale Einzelhändler als Kooperationspartner aufbauen. Gewinnt jeder Partner nur 10 Einzelhändler, würde das insgesamt 50.000 angeschlossene Einzelhändler bedeuten. Und legt man das Rechenbeispiel aus der Türkei zugrunde, wären damit 50 Millionen neue Kunden gewonnen. Angenommen, jeder Kunde gibt im Monat durchschnittlich nur 100 EUR aus, entspricht dies einem Monatsumsatz von 5 Milliarden EUR. So einfach funktioniert das System von FlexKom.

Die Idee, Online- und Offline-Händler als Multiplikatoren miteinzubeziehen erweist sich als ebenso einfach wie genial.



DIE ERSTEN AKZEPTANZSTELLEN IN DEUTSCHLAND

Nachdem die erste Phase in den deutschsprachigen Märkten bald abgeschlossen ist, d. h., es sind die vertrieblichen Infrastrukturen und entsprechend viele Partner aufgebaut worden, wird anschließend die zweite Phase der Expansion von FlexKom vorbereitet: der Aufbau von Online- und Offline-Kunden.

Dafür werden ausgewählten Franchise-Partnern nun die PoS-Geräte und Kundenkarten zur Verfügung gestellt. Vor Kurzem erhielten die ersten 52 qualifizierten Global Team Members aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zunächst je 100 registrierte Karten und PoS-Geräte, die nun in einer Pilotphase an Einzelhändler verteilt werden. Diese Pilot-Akzeptanzstellen werden im deutschsprachigen Raum die ersten sein, die das innovative FlexKom-System nutzen und anbieten können.

Die Pilotphase dient außerdem auch als Testphase, in der noch eventuell bestehende Schwierigkeiten beseitigt werden können, damit der offizielle Launch der zweiten Phase ein genauso großer – wenn nicht noch größerer – Erfolg wird, wie es bereits in der Türkei der Fall ist. Die Pilot-Akzeptanzstellen können die ausgegebenen PoS-Geräte in vollem Umfang nutzen, allerdings achtet man bei FlexKom darauf, dass eine breite regionale Marktabdeckung

gewährleistet ist – deshalb können auch noch nicht alle Partner zum jetzigen Zeitpunkt Einzelhändler anschließen.

„Um dem Deutschen, Österreicher und Schweizer zu zeigen, dass unser System funktioniert, geben wir jetzt sogenannte Test- oder Demogeräte aus. Damit können unsere Partner neuen Partnern zeigen, dass sie ein voll funktionsfähiges Gerät zur Verfügung haben“, erklärt Marketing Manager Michael Scheibe. „Aber es ist eben noch nicht so, dass alle unsere Partner rausgehen, denn in München haben wir z. B. viele, in Hamburg aber weniger Partner und dann hätten wir die angestrebte Marktabdeckung nicht.“






Die vorab verteilten 500 PoS-Geräte machen das Business in Echtzeit möglich. Die magische Zahl ist hier 0,2. Denn nur 0,2 Sekunden nachdem der entsprechende Einzelhändler die Kundenkarte mit dem Kaufbetrag durch das PoS-Gerät gezogen hat, sieht er, welchen Umsatzanteil er selbst verdient hat und welchen Rabatt der Kunde erhält. Der Franchise-Partner, der den Einzelhändler angeschlossen hat, erfährt ebenfalls nur 0,2 Sekunden später per SMS, welche Provision er am Einkauf des Kunden verdient hat – passives Einkommen in seiner reinsten Form.

Der Roll-out in Deutschland ist in vollem Gange und weitere Länder werden zeitnah

folgen. Das erste große Meeting mit britischen Führungskräften fand bereits in Birmingham statt. Michael Scheibe und Asker Sakinmaz kamen mit 300 hochmotivierten Top-Führungskräften zusammen und bereiteten den Roll-out für das Vereinigte Königreich vor, der mittlerweile ebenfalls begonnen hat. Nach dem Meeting gingen mehr als 100 Neuanmeldungen in nur vier Tagen bei FlexKom ein – und der Umsatz „läuft unglaublich gut“, so Michael Scheibe begeistert. Die Europaexpansion von FlexKom kommt voran – stetig und präzise wie ein Uhrwerk.





-  Color Display
-  Barcode Scanner*
-  Battery*
-  WLAN*
-  Video Output



- NFC*
- Magnetic Reader*
- RFID
- Fingerprint*
- Internet



*Optional

PoS-Gerät von FlexKom



FLEKKOM UND M-COMMERCE

„Für ein funktionsfähiges M-Commerce-Konzept muss zuerst das Fundament stimmen und stehen“, sagt Cengiz Ehliz. Und das Fundament steht bei FlexKom durch das hervorragend funktionierende System, Online- und Offline-Handel durch Kundenkarten und PoS-Geräte zu verbinden.

Als Neuerung bietet FlexKom seinen Kunden, Partnern und angeschlossenen Einzelhändlern nun eine Erweiterung des Systems an. Mit der FlexKom-App ist es möglich, dass Kunden ihre Einkäufe auch per Smartphone bezahlen können. Dafür wird die entsprechende Funktion mit der heruntergeladenen App und einer einge-

tippten Nummer freigeschaltet. Die beim Einzelhändler positionierten PoS-Geräte verfügen über einen Touch Screen, der innerhalb von Sekundenbruchteilen einen QR-Code erzeugt, welchen der Kunde mit seinem Smartphone scannen kann. So ist es möglich, die entsprechenden Boni bzw. FlexMoneys per Smartphone zu sammeln. Dabei handelt es sich tatsächlich um ein echtes M-Commerce-Konzept.

Die FlexKom-App ermöglicht aber nicht nur das Bezahlen und Sammeln von Boni per Smartphone, sondern verfügt auch über eine Ortungsfunktion, die auf Wunsch alle weiteren angeschlossenen Händler in der näheren Umgebung sowie

deren Rabattangebote anzeigen kann. Die FlexKom-App funktioniert also quasi als Autopilot, der den Nutzer auf FlexKom-Akzeptanzstellen hinweist und es ihm so ermöglicht, bares Geld zu sparen, indem er CashBack-Aktionen nutzt. Angesichts der Tatsache, dass etwa 94 % aller Deutschen regelmäßig nach Sonderaktionen, Rabatten und Coupons in ihrer Region suchen, erfüllt die FlexKom-App ein real vorhandenes Bedürfnis und liegt damit absolut am Puls der Zeit.

„Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. Wir bieten dem Einzelhändler ein System an, das es ihm ermöglicht, mit



Der FlexKom-OR-Code



der Zeit mitzugehen und Innovationen zu nutzen. Damit kann er mehr Kunden in sein Geschäft bringen“, fasst Cengiz Ehliz die Vorteile der FlexKom-App zusammen.

Im Zuge des neuen M-Commerce-Aspekts vollzieht FlexKom auch einen Paradigmenwechsel: weg vom E-N-D-F-Konzept hin zum M-N-D-F-Konzept. Die grundsätzliche Geschäftsidee bleibt im Kern unberührt. Sie wird aber durch M-Commerce erweitert und damit in eine neue Ära überführt. Dies findet nun auch Ausdruck im Mission Statement, das bisher als E-N-D-F-Konzept zusammengefasst wurde. E-N-D-F stand für E-Commerce - Network Marketing - Direktvertrieb - Franchise. Da sich E-Commerce schon in naher Zukunft zu M-Commerce wandeln wird und FlexKom als eines der ersten Unternehmen überhaupt ein funktionsfähiges M-Commerce-Konzept anbietet, wird sich dies quasi ab sofort auch im Mission Statement widerspiegeln, das nun als M-N-D-F-Konzept zusammengefasst ist. Das M steht dabei natürlich für M-Commerce.

Aber Innovation hin, zukunftsweisend her – man mag nun einwenden, dass dieser Ansatz dem einen oder anderen

schlicht und ergreifend zu technisch ist. FlexKom bietet kein physisches Produkt an, das erklärt oder vorgeführt werden kann. FlexKom bietet kein Produkt des täglichen Gebrauchs an, das jeder sowieso nutzt, sondern ein System, das noch relativ neu und unbekannt ist. Aber jede visionäre Idee wurde anfangs entweder belächelt, als unnützer Humbug abgetan oder einfach nicht verstanden.

Auf die Frage, wie er weniger technikaffine Partner von seinem System begeistern würde, antwortete Cengiz Ehliz souverän: „Wir sind nicht das klassische Network-Marketing-Unternehmen. Wir haben ein System, das nicht für jeden geeignet ist. Unsere Zielgruppe besteht zu fast 90 % aus Unternehmern. Unser System zieht definitiv Unternehmer an und genau die brauchen wir, denn Unternehmer kennen wieder Unternehmer – und die haben die Kunden. Wir sind eben nicht das klassische Network, bei dem man jeden ins Geschäft bekommt. Wir setzen auf Klasse und nicht auf Masse. Trotzdem brauchen wir aber auch klassische Networker, die z. B. die Kundenkarten verteilen und an den Mann bringen.“

Ein weiterer schlagender Vorteil ist in

dem Zusammenhang natürlich auch, dass niemand ein Produkt verkaufen muss. Kundenkarten sind im Grunde Selbstläufer, denn wer möchte nicht bei seinen Einkäufen, die er sowieso jeden Tag erledigen muss, bares Geld sparen?

Und ein weiterer unschlagbarer Vorteil des FlexKom-Systems ist folgender: Sind die Kundenkarten erst verteilt und genügend Einzelhändler angeschlossen, ist ein echtes – ein wirklich echtes – passives Einkommen möglich.

Ein Franchise-Partner kann ganz ohne eigenes Zutun vom Umsatz der von ihm angeschlossenen Einzelhändler profitieren. Dabei kann es sich um den Bäcker, Fleischer, Friseur oder Gemüsehändler um die Ecke handeln, wo man sowieso jeden Tag Besorgungen erledigt. Nehmen wir an, jeder Partner gewinnt nur 10 Einzelhändler und jeder dieser Händler gibt 1.000 Kundenkarten aus. Dann könnte der Franchise-Partner also am Umsatz von insgesamt 10.000 Kunden teilhaben. Und nehmen wir an, jeder Kunde gibt monatlich 100 EUR bei den angeschlossenen Einzelhändlern aus... Das Ergebnis: ein echtes passives Einkommen.



ZUKUNFTSAUSS

FlexKom hat sich Großes auf die Fahnen geschrieben und die hochgesteckten Ziele sind angesichts des innovativen Geschäftsmodells – die lukrative Verbindung von Online- und Offline-Handel – durchaus im Bereich des Wahrscheinlichen, wenn nicht sogar sicher.

Bis zum Jahr 2015 will FlexKom in 50 Ländern weltweit 500 Millionen Kunden aufgebaut haben. Bis zum Jahr 2020 will das Unternehmen bereits in 170 Ländern tätig sein. Um die Expansion weiter voranzutreiben und in globale Maßstäbe zu überführen, bietet FlexKom ab dem 26. April 2013 allen Global Team Members die Möglichkeit, außerhalb der offiziell erschlossenen Länder neue Vertriebspartner kostenlos vorab zu registrieren. Sind 500 Vorregistrierungen in

einem Land erreicht, wird FlexKom die rechtlichen und offiziellen Erfordernisse für die Aufnahme der Geschäftstätigkeit im jeweiligen Land prüfen und danach Phase 1 im neuen Markt starten.

In der Türkei zeigt sich bereits, wie erfolgreich das Konzept von FlexKom ist und welche Potenziale es bietet. Denn in einigen Städten des Landes ist die FlexCard schon die einzige Kundenkarte in den Portemonnaies der Menschen.

Dieses Szenario ist unglaublich. Existiert nur die FlexCard in der Stadt, können Kunden damit Rabatte in so gut wie jedem Einzelhandelsgeschäft für sich nutzen – vor allem bei Einkäufen des täglichen Bedarfs. Jedes Mal, wenn beim Bäcker oder Fleischer eingekauft wird, jedes Mal, wenn zum Friseur gegangen wird,

können bares Geld gespart und FlexMoneys gesammelt werden. Die FlexMoneys lassen sich dann bspw. in einen Türkei-Urlaub investieren (kostenlos dank der übers Jahr gesammelten und gutgeschriebenen Rabatte). Dort kann dann ebenfalls mit der FlexCard kräftig gespart werden – und als Highlight winken Prämien für gesammelte FlexMoneys.

FlexKom hat definitiv die Zeichen unserer Zeit erkannt und setzt verstärkt auf M-Commerce. Die Gleichung ist einfach: FlexKom + M-Commerce = FlexCommerce = Erfolg. M-Commerce wird dem Geschäft von FlexKom einen zusätzlichen Schub verleihen, aber damit ist noch nicht Schluss.

Derzeit wird der Launch der World Wide Mega Mall vorbereitet, der größten



ICHTEN



Online-Shopping-Mall der Welt. Außerdem entwickelt man bei FlexKom seit ca. einem Jahr an einem Cross-Shopping-Modell, das „die Werbe- und Finanzbranche revolutionieren wird“, so Asker Sakinmaz, CEO von FlexKom.

Menschen mit visionären Ideen – ob nun Thomas Edison oder Steve Jobs – waren ihrer Zeit voraus. Und nicht selten wurden sie für ihre Visionen belächelt oder schlichtweg für verrückte Träumer ohne Bodenhaftung gehalten. Die Zeit hat ihnen allerdings Recht gegeben.

Das Dumme an visionären Ideen ist, dass die meisten sie erst im Nachhinein als solche erkennen. Und dann ist es meist schon zu spät, um von ihnen materiell zu profitieren. Hätten Sie 1976

geahnt, dass Apple ein globaler Milliardenkonzern werden würde? Hätten Sie damals Unternehmensaktien gekauft? Vermutlich nicht, oder? Heute dagegen...

E-Commerce hat sich in kürzester Zeit zu einem der größten Wirtschaftszweige überhaupt entwickelt. Und die wenigsten hätten es vermutet, als das Internet gerade erst den Weg in unsere eigenen vier Wände fand. Heute ist es eine Selbstverständlichkeit auf eBay oder Amazon zu shoppen.

E-Commerce wird sich zu M-Commerce wandeln, das kann angesichts der technologischen Entwicklung hin zu Smartphones und Tablets mit Sicherheit gesagt werden. Und eines ist ebenfalls sicher: Das Unternehmen, das als erstes ein massentaugliches, effektives M-Commerce-Konzept an den Start bringt, verschafft

sich einen immensen Wettbewerbsvorteil, der bares Geld wert ist – mehr als man jetzt erahnen kann. Das Unternehmen, das ein solches Konzept auf den Markt bringt, könnte gleichziehen mit E-Commerce-Giganten wie eBay und Amazon – und sie sogar überflügeln.

Was wäre, wenn es dieses Unternehmen schon gäbe? Was wäre, wenn es ein europäisches Start-up ist, das in nur zwei Jahren eine unglaubliche Erfolgsgeschichte mit einer simplen und doch außergewöhnlichen Geschäftsidee geschrieben hat? Was wäre, wenn Sie eine visionäre Idee erkennen und nutzen, die gerade erst zu keimen beginnt?

Mehr Informationen erhalten Sie hier: contact@flexkom.com

Einkaufen.
FlexCard nutzen.
Vorteile geniessen.
Weltweit.

Profitieren auch Sie von unserem
smarten und innovativen
Cashback-Konzept.





Jetzt Partner werden!

Mehr Informationen unter
www.flexkom.org

FlexKom
NETWORK

OBTAINER

The World's Most Trusted Source for Direct Selling News
www.obtaineronline.com

© 2013 by OBTAINER MEDIA
All rights reserved worldwide.