



Das DKB-RyZoom-Partnerschaftsmodell: Ein großer Wurf?

Effektive Verbesserung der Finanzen durch die Empfehlung nachhaltiger Produkte

Liebe Freundinnen und Freunde des Bowling- und Kegelsports!

„Wie können wir unsere Nationalspielerinnen und -spieler optimal auf die nächste Weltmeisterschaft vorbereiten und wie finanzieren wir das?“ – „Können wir angesichts der leeren öffentlichen Kassen künftig noch mit Geldern aus dem Landeshaushalt rechnen?“ – „Mit welchen Geldern wird die erforderliche Modernisierung der vereinseigenen Anlage bezahlt? – „Müssen wir bei sinkenden Mitgliederzahlen unsere Beiträge erhöhen, um unseren Sportbetrieb zu finanzieren?“

Bei Vorstandssitzungen auf allen Ebenen dreht es sich regelmäßig um das Thema „Geld“, genauer gesagt, oft geht es um fehlende Gelder... Da der gesamte organisierte Bowling- und Kegelsport mit ähnlichen finanziellen Problemen konfrontiert ist, da viele Projekte und Ideen ohne ein entsprechendes Budget nicht umsetzbar sind, hat der DKB mit der Unternehmensleitung von RyZoom ein **ganzheitliches Partnerschaftsmodell entwickelt, an dem sich alle DKB-Untergliederungen beteiligen und von dem alle dauerhaft profitieren können.**

Bei einem Klick auf www.dkb.ryshop.de erfahren Sie alles über das Sortiment von RyZoom – und auch über das Vertriebssystem: **RyZoom bietet unter dem Slogan „back to nature“ natürliche Produkte an**, die im Einklang mit der Umwelt und der Natur stehen. Das Sortiment umfasst unter anderem RyCell Active® – ein spezieller Aronia-Schwarzer Johannisbeersaft, ergänzt mit heimischen Kräutern, Spurenelementen und Vitaminen sowie hochwirksamen Zutaten. RyCell Active® stärkt Vitalität und Immunsystem und ist wie die anderen RyZoom-Produkte nicht im klassischen Einzelhandel, sondern ausschließlich über das RyZoom-Vertriebssystem erhältlich.

Dieses **Vertriebssystem basiert auf Empfehlungsmarketing. Das heißt: Die Handelsspannen, die beim konventionellen Vertriebsweg zwischen Hersteller und Endverbraucher von Importeuren, Großhändlern, Zwischenhändlern und Einzelhändlern kassiert werden, erhalten im RyZoom-Vertriebssystem die zufriedenen Kunden und Teampartner, die die RyZoom-Produkte weiter empfehlen** – in persönlichen Gesprächen, am Telefon, mit SMS und eMails, auf der Internet-Seite des Vereins oder mit einem Aushang am Schwarzen Brett oder in sozialen Netzwerken wie Facebook oder ... oder ... Verbände, Vereine, Clubs und deren Mitglieder, die RyZoom-Produkte empfehlen und so Umsatz über ihre RyZoom-Teampartner-Seite (www.ksc-musterstadt.ryshop.de) initiieren, werden an diesem Umsatz beteiligt.

Neben dieser unmittelbaren Umsatzbeteiligung gibt es auch noch eine mittelbare. Denn: **Falls ein RyZoom-Teampartner nicht nur die Produkte, sondern auch das Vertriebssystem empfiehlt und weitere RyZoom-Teampartner gewinnt, wird er darüber hinaus an den Umsätzen dieser geworbenen Teampartner mit ihren jeweiligen Kunden beteiligt.**

So viel an dieser Stelle zu den Produkten, zum Vertriebssystem und zu den Möglichkeiten mit dem DKB-RyZoom-Partnerschaftsmodell dauerhaft Einnahmen zu erzielen. Mehr über RyZoom erfahren Sie übrigens im Internet unter www.ryzoom.com. Und wenn Sie als RyZoom-Teampartner ebenfalls vom DKB-RyZoom-Partnerschaftsmodell profitieren wollen, senden Sie bitte eine eMail an marketingreferent@kegelnundbowling.de.

Ein letzter Satz: Oben hinter der Überschrift „Das DKB-RyZoom-Partnerschaftsmodell: Ein großer Wurf?“ steht ein Fragezeichen. Es hängt von unserem Engagement ab, ob wir dieses Fragezeichen künftig durch ein Ausrufezeichen ersetzen können!

Beste Grüße

Uwe Veltrup

DKB-Marketingreferent

P.S. Wenn Sie wissen wollen, wie die Teampartnerseite Ihres Verbandes, Ihres Vereins oder auch Ihre persönliche aussehen könnte, schlagen Sie die Teampartnerseite des DKB auf. Unter www.dkb.ryshop.de können Sie auch RyCell Active® und andere RyZoom-Produkte bestellen und testen.