

ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

на белорусском рынке

Ангелина БЕГЕЗА,
Ольга МАЛАЙЧУК

НА СЕГОДНЯШНИЙ
ДЕНЬ ЧИСЛО
ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ
КОМПАНИЙ,
КОТОРЫЕ
СПЕЦИАЛИЗИРУЮТСЯ
НА СЕТЕВОМ
МАРКЕТИНГЕ
(MLM – MULTI
LEVEL MARKETING),
С КАЖДЫМ ГОДОМ
УВЕЛИЧИВАЕТСЯ.

Сетевой маркетинг является одним из наиболее бурно развивающихся видов предпринимательской деятельности в мире за последние несколько лет.

СТРЕМЛЕНИЕ К НЕЗАВИСИМОСТИ... ОТ «ЧУЖОГО ДЯДИ»

MLM-маркетинг представлен более чем в 120 странах мира. Более 5000 компаний работают в системе сетевого маркетинга. Связано это с тем, что этот бизнес может приносить очень хороший доход. Им просто заниматься, даже не выходя из дома.

Если очень хорошо разобраться и изучить основы и концепцию многоуровневого маркетинга, то результат не заставит себя долго ждать. Сила сетевого маркетинга заключается в необходимости объединить настоящих лидеров продаж в одной цепи. При этом не существует более главных или менее главных партнеров. Это индивидуальный бизнес каждого отдельного человека, где система вознаграждения сочетает интерес каждого с интересами всей организации.

Сетевой маркетинг – это распространение товаров или услуг, основанное на формировании сети независимых сбытовых агентов, которые занимаются не только продажей продукции, но и имеют полное право привлекать новых партнеров, которые будут наделены аналогичными правами. Первым, кто разработал новую стратегию бизнеса под названием «сетевой маркетинг», был Карл Ренборг. Он генерировал идею, которая в будущем превратилась в целую индустрию с огромными многомиллионными оборотами. На сегодняшний день сетевой маркетинг является мощной технологией в сфере бизнеса, которая имеет свою определенную систему использования и основана на опыте успешных людей. Данный вид маркетинга и продаж позволяет получить финансовую свободу, т.е. не зависеть материально от начальника подразделения или генерального директора компании.

ДЛЯ ДОМА, ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И ДЛЯ КРАСОТЫ...

Многоуровневый маркетинг представляет собой хорошо сформированную сеть сбыта, которую создают и развивают сами потребители, выступая в роли партнеров компании. Фирм, которые специализируются на MLM-бизнесе, существует достаточное количество, чтобы сделать выбор себе по душе. Они продвигают косметику, химию, бытовую технику, товары для дома и другую продукцию, которой мы пользуемся каждый день.

Рассмотрим понятие «сетевой маркетинг» на примере компании Amway. Данная фирма занимается производством огромного количества товаров для дома, для здоровья и для красоты. Человеку, который хочет стать частью бизнеса этой компании, необходимо пройти собеседование, на котором ему расскажут о дальнейших перспективах и открывающихся перед ним возможностях. Для того чтобы привлечь наибольшее количество новых людей, он может использовать социальные сети: Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Facebook и другие. Ведь чем больше торговый агент привлечет новых людей, тем больше будет его ежемесячный доход. Затем новые сотрудники, становясь дистрибьюторами фирмы, самостоятельно ее продвигают, за что получают агентское вознаграждение от проданной ими продукции, при этом способствуя собственному развитию и развитию бизнеса.

Учитывая специфику нормативно-правовой базы Республики Беларусь, в которой отсутствует агентское соглашение как таковое, в качестве его заменителя используются договоры поручения (глава 49 Гражданского кодекса Республики Беларусь), договоры подряда (глава 37 Гражданского кодекса Республики Беларусь), договоры возмездного оказания маркетинговых, информационных или консультационных услуг (глава 39 Гражданского кодекса Республики Беларусь). В последнем случае нет ничего противозаконного, поскольку в рамках указанных соглашений агенты действительно могут:

- 1) изучать рынок, т.е. в том или ином виде проводить маркетинговые исследования;
- 2) информировать принципала (изготовителя или предыдущего посредника) о готовности потребителя к совершению покупки;
- 3) консультировать принципала и третье лицо по нюансам заключаемого соглашения.

Это – дополнительные функции сетевого маркетинга, о которых часто забывают.

Кстати, в Гражданском кодексе Российской Федерации агентское соглашение присутствует – редкое расхождение с Гражданским кодексом Республики Беларусь, которое затрудняет построение сетевых систем на территории нашей восточной соседки.

И ПЛЮСЫ, И МИНУСЫ

Есть несколько отличий сетевого маркетинга от обычного бизнеса, в котором принципал сам определяет, сколько будет платить своим подчиненным. И чем меньше он будет им платить, тем больше будет оставаться денег у него самого. Если человек создает обычный бизнес, а потом решает оставить его, чтобы заняться чем-то другим, то спустя некоторое время от него ничего не останется.

В сетевом маркетинге все наоборот. Чем больше зарабатывают агенты и дистрибьюторы (те, кого вы привлекли в сетевой бизнес), тем больше зарабатываете и вы сами. И даже если вам захочется уйти из бизнеса, то построенная вами сеть будет сама делать товарооборот, с которого вы будете ежемесячно получать прибыль. Также таким бизнесом можно заниматься в любое свободное время и на удаленном участке, что сейчас очень важно и необходимо.

Помимо преимуществ работы в MLM-компании также существуют и недостатки:

1. Нестабильный заработок, особенно в первое время.
2. Недоверие потребителей к такому виду бизнеса.
3. Необходимо постоянно набирать новых людей, чтобы расширять рынок сбыта.
4. Агенты и дистрибьюторы сами должны пользоваться продукцией данной компании, чтобы знать, что они продвигают и продают, а она, как правило, стоит недешево.

MLM-маркетинг имеет как свои минусы, так и плюсы. Он позволяет получить неограниченный доход, который будет зависеть в первую очередь от стремлений и характера человека. В сетевом маркетинге можно встретить людей самых разных профессий. Это люди, которые добиваются успеха в своей деятельности, опытные, деловые и готовые поделиться своими мыслями и опытом не только в части общих интересов, но и дать возможность реализовать себя в каком-то новом направлении.