

Спасибо, что проявили интерес к сайту: <http://aster-company.narod.ru>

БЛЕСТЯЩИЙ ШАНС!

MLM – это Multi-Level Marketing или, в переводе с английского, Многоуровневый маркетинг – термин, которым в 70-х годах прошлого века стали называть «особую» систему распространения товаров и услуг, связанную с «особой» системой вознаграждения за эту работу.

В 80-х годах система получила новое название – Network Marketing, то есть Сетевой маркетинг, но суть её от этого не изменилась. Система к этому времени завоевала прочное место в мировой экономике, имея ежегодные обороты в несколько миллиардов долларов и много миллионов участвующих в этом деле людей.

В конце 80-х MLM пришёл и в Украину, пустив за прошедшие годы, глубокие корни во всех регионах нашей страны. К концу XXI века в Украине насчитывалось уже более ста сетевых компаний, объединяющих в своих рядах около 3 миллионов человек. А теперь нас уже 5 миллионов!

Все они получили возможность дополнительного хорошего заработка, а государство пополнило свой бюджет, не затратив ни одного доллара на создание огромного количества новых рабочих мест.

Феномен этого «экономического чуда» основан на том, что впервые в истории общественных отношений удалось преодолеть противоречие между трудом и капиталом, которое Карл Маркс считал главной причиной многих бедствий и тормозом в развитии производства.

Это противостояние, при котором каждый хозяин стремится получить от работника максимальную отдачу и заплатить минимум, а работник старается поменьше трудиться, но получать по максимуму, сохранилось и при социализме, где роль хозяина взяло на себя государство.

В MLM интересы руководителей и рядовых сотрудников компании слились воедино, так как система оплаты труда и условия карьерного роста не просто стимулируют заинтересованность верхних уровней в успешной работе низших, но и поставлены в строгую математическую зависимость друг от друга.

Здесь каждый «начальник» мечтает, чтобы «подчинённый» поскорее занял его место, так как это единственный способ самому продвинуться вверх и зарабатывать больше. А само число мест наверху не ограничено, как неограниченны и перспективы финансового роста для каждого, входящего в сетевую компанию.

Подробно об этих и других преимуществах MLM, обеспечивающих ему беспрецедентный рост во всех странах даже в период экономических депрессий, мы поговорим позже, а завтра вы познакомитесь с историей этого уникального бизнеса.

ИСТОРИЯ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

История MLM неразрывно связана с именем американца Карла Ренборга (1887–1973), чьи реализованные идеи превратились в индустрию Сетевого Маркетинга со 100-миллиардным оборотом.

Двенадцать лет Ренборг прожил в Китае, работая в различных американских компаниях (нефтяных, судостроительных и др.) и уже тогда стал задумываться о системе правильного питания человека и роли в ней витаминов. В середине 20-х годов он среди многих других иностранцев оказался в тюрьме, когда к власти в Китае пришли революционные силы под руководством генерала Чан Кайши.

Именно тогда он стал на практике проверять различные диеты, так как тюремная пища не способствовала сохранению здоровья. Но где было взять необходимые для организма элементы? Например, железо? Карл нашёл выход – первой пищевой добавкой стали... ржавые гвозди!

Частички от них Ренборг добавлял в тюремную пищу, потом договорился с охранниками, чтобы те приносили ему различные травы... Карл Ренборг и те, кто следовал его примеру, смогли не только выжить, но и вернуться на Родину.

В США, где Ренборг оказался в 1927 году, он вплотную приступил к созданию различных пищевых добавок, основой для которых избрал люцерну, содержащую множество витаминов, минералов, белка и других полезных компонентов.

Созданные на её основе препараты Ренборг предложил для испытания своим знакомым, раздав продукцию бесплатно. Результатов не было – никто не стал пробовать полученные пищевые добавки. Тогда Карл «стал брать за них деньги», поняв, что ничто бесплатное не ценится. Результаты тотчас появились, причём самые позитивные.

Информация о полезных добавках получила широкое распространение (у каждого из знакомых Ренборга нашлось много своих знакомых), люди просили Ренборга о встречах, чтобы получить больше информации о новом продукте. Удовлетворить все заявки Карл, разумеется, не мог. И тогда ему пришла в голову гениальная мысль:

«РЕНБОРГ ПРЕДЛОЖИЛ ДРУЗЬЯМ САМИМ ДАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПИЩЕВЫХ ДОБАВКАХ СВОИМ ЗНАКОМЫМ, А ЕСЛИ ТЕ КУПЯТ ИХ, ОН ОБЕЩАЛ ВЫПЛАТИТЬ КОМИССИОННЫЕ. ОН РЕШИЛ ПЛАТИТЬ ТАКЖЕ ТЕМ ЗНАКОМЫМ СВОИХ ДРУЗЕЙ, КТО, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ БУДЕТ ПРОДВИГАТЬ ЕГО ТОВАР ДАЛЬШЕ, ИСПОЛЬЗУЯ УЖЕ СВОИ СВЯЗИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НОВЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ».

Так родился Сетевой Маркетинг и в 1934 Карл Ренборг основал компанию California Vitamins. Благодаря новой системе продаж, когда потребители продукта становились и его дистрибьюторами, компания быстро достигла оборота в 7 миллионов долларов, «не вложив ни одного доллара в

рекламу» (ЭТОТ ПРИНЦИПИЛЬНО ВАЖНОЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВО НЕОБХОДИМО ПОМНИТЬ, КОГДА МЫ ДОЙДЕМ ДО ВОПРОСА, ОТКУДА В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ БЕРУТСЯ ТАКИЕ БОЛЬШИЕ ДЕБГИ).

В 1939 году Карл Ренборг переименовал свою компанию в Nutrilite Products (по названию продукта), сохранив принцип распространения пищевых добавок. Его сотрудники сами приглашали на работу новичков, давали им необходимые сведения о продукте и предлагали каждому строить свою собственную сеть, приглашая в бизнес своих знакомых.

Компания обеспечивала всех дистрибьюторов своей продукцией и выплачивала каждому комиссионные не только за проданные им самим товары, но и «за каждую продажу, свершенную лично привлечённым дистрибьютором».

Торговый представитель компании, который стал называться «наставником», т.е. «поручитель», пригласивший на работу новичка, брал на себя обязательство обучать его и помогать ему, совершать, как можно больше продаж – от этого зависели его собственные комиссионные. Причём они могли быть больше от групповых объёмов продаж, чем от личных.

Таким образом, Ренборг ввёл в практику классического бизнеса «Одноуровневый маркетинг».

Дальше история MLM связана с именами сотрудников Nutrilite Рич Де Воста и Джей Ван Андела, которые после десяти лет успешного бизнеса в структурах Ренборга в 1959 году создали свою собственную компанию под названием Amway, которая сегодня является самой крупной сетевой компанией в мире (хотя уже с устаревшим маркетинг-планом) с годовым оборотом 8 миллиардов долларов.

Заслуга этих людей состоит в том, что они, во-первых, вышли за рамки реализации только одного продукта, включив в свой ассортимент, помимо пищевых добавок, хозяйственные товары домашнего употребления (сегодня в прайс-листах Amway более 6000 различных товаров).

Во-вторых, они стали использовать многоуровневый маркетинг-план в этом бизнесе, то есть стали выплачивать вознаграждение за объёмы продаж дистрибьюторов всех уровней, а не только привлечённых лично. Это привело к быстрому росту компании и распространению продукции за пределы США – в Канаду, Австралию, Японию и другие страны.

Сегодня Amway можно встретить в 24 странах мира и миллионы людей получили возможность значительно улучшить своё материальное положение через сотрудничество с этой компанией.

Были в истории MLM и трудные времена. В 1975 году в Америке развернулась борьба с финансовыми пирамидами и под флагом этой компании вместе с водой чуть не выплеснули и ребёнка. В Федеральной комиссии по торговле нашлись чиновники, которые попытались объявить незаконной пирамидой и компанию Amway.

Четыре года шла проверка деятельности компании, завершившаяся судебным решением, признавшим сетевой маркетинг законным способом реализации

товара. Сразу вслед за федеральными властями большинство штатов также признали сетевой маркетинг легитимным.

Начался настоящий БУМ MLM. Тысячи компаний стали использовать сетевой маркетинг для продвижения на рынке своих товаров. Особенно он стал привлекателен для мелких и средних фирм, не имеющих больших средств на рекламу – лучшей рекламой становились сами дистрибьюторы-потребители товара, получившие удовлетворение от его личного использования.

В ассортименте сетевиков оказались самые разнообразные товары – страховые полисы, предметы бытовой химии, пластиковые карты, украшения, посуда, компьютеры, мини-тракторы и многое, многое другое. В практику дистрибьюторов прочно вошли самые современные бизнес-технологии, связанные с системами телекоммуникаций и компьютерным обеспечением процесса продаж.

Обороты сетевых компаний растут ежегодно на 20-30%, а число дистрибьюторов приближается к 20 миллионам человек. В США дистрибьютора-сетевика можно обнаружить в каждой 10-й семье и более 100 миллионов американцев ежегодно делают хотя одну покупку через систему MLM.

Процессы, происходившие в Америке, не могли не затронуть и другие страны. Во многих странах были приняты законодательные акты, давшие «зелёный свет» этому виду бизнеса. В настоящее время сетевой маркетинг процветает в 125 странах всех континентов.

В Японии более 2 млн. дистрибьюторов реализуют продукцию на сумму 30 млрд. долларов США в год.

На Тайване каждый 12-ый житель страны является специалистом по сетевому маркетингу. Объём продаж в Тайване и Корее приближается к 2 млрд. долларов.

В Австралии объём продаж с помощью сетевого маркетинга превысил 1,5 млрд. долларов США в год. Для того чтобы попасть на сетевые конференции и учебные семинары, австралийцы затрачивают на дорогу 5-7 часов в день – такова тяга к этому бизнесу.

Объём продаж в странах Западной Европы (Германия, Италия и Франция) превысил 2 млрд. долларов в год, а в Великобритании – 1 млрд. долларов.

Стремительное развитие сетевого маркетинга происходит в странах Восточной Европы. Всего за один год после выхода на румынский рынок американской компании Amway к ней присоединилось свыше 1% населения страны. Рост в Словении, Польше, Чехии Венгрии также происходит с удивительной скоростью.

В Испании сетевиками продаётся продукция на сумму свыше 700 млн. долларов в год, объём продаж в Австрии достиг 300 млн. долларов, в Швейцарии составляет 200 млн. долларов, сотнями миллионов долларов измеряются сетевые продажи в Швеции, Норвегии и Финляндии.

В Бразили действует почти один миллион дистрибьюторов, которые продают продукцию на сумму свыше 3 млрд. долларов в год.

В Аргентине годовой объем продаж приближается к одному миллиарду долларов.

Объем продаж в Южной Корее достиг 400 млн. долларов.

Завтра, мы с Вами поговорим о Сетевом Маркетинге в Украине...

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В УКРАИНЕ

Украина впервые встретила с сетевым маркетингом в 1989 году. Первая компания Herbalife, чья продукция быстро распространилась по всей стране. Впрочем, также быстро распространился и негативный имидж самого MLM и ничего удивительного здесь нет.

Если в США и других западных странах MLM давно уже вошел в практику повседневной жизни, а все крупные университеты имели кафедры сетевого маркетинга и развитую систему обучения дистрибьюторов, плюс законы против финансовых пирамид, то в Украине MLM упал на абсолютно сырую почву.

В него ринулись в погоне за быстыми и большими заработками тысячи людей, не понявшими ни его философии, ни стратегии этого бизнеса (да и откуда было понять, если первые переводные книги по MLM появились лишь годы спустя!). Вступая в серьезное и совершенно не понятное дело без всякой подготовки, десятки тысяч украинцев очень быстро терпели неминуемый крах и покидали сетевой бизнес разочарованными, вина в своей неудаче кого угодно и что угодно, только не себя. В первую очередь, вину, конечно, сам MLM.

Большую лепту в распространение негативного общественного мнения о сетевом маркетинге внесли и бурно распространившиеся в 90-х годах в Украине многочисленные финансовые пирамиды, чья структура внешне весьма похожа на MLM, за исключением главного: в сетевых компаниях люди получают деньги за реальные продажи конкретных товаров, а в пирамидах – за вербовку людей и торговлю «воздухом».

Но общественное мнение не вникало в такие «тонкости» и это явилось мощным фактором, сдерживающим развитие в Украине этого социально-полезного и экономически выгодного, как для самих людей, так и для государства дела.

Не смотря на полное отсутствие нормативной базы и негативное общественное мнение, MLM, в силу именно объективных причин (о них подробно пойдет речь ниже) получил свое бурное развитие и в нашей стране, а затем и на всем постсоветском пространстве.

Сегодня сетевики предлагают широкий спектр товаров – от посуды до Интернета. О своей приверженности системе MLM объявили такие известные личности, как Анатолий Климин, владелец торговой марки элитной женской одежды «Tom Klaim», один из крупнейших российских предпринимателей, и не менее знаменитый бизнесмен Владимир Довгань.

Индустрия Сетевого маркетинга развивается, и финансовый кризис 1998 года лишь придал ей ускорение: десятки тысяч «белых воротничков»

остались без привычной работы и быстро пополнили ряды сетевых компаний, обретая своё второе рождение, как бизнесмены.

Экономическая ситуация, сложившаяся в Украине к началу XXI века, сулит дальнейший всплеск этого уникального бизнеса, многие миллионы украинцев в ближайшие годы найдут в нём новое призвание и удовлетворение. Объективные причины тому порука, их набирается немало, и они стоят того, чтобы подробно их рассмотреть завтра.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В УКРАИНЕ (2 часть).

Сначала надо ответить на вопрос: преимущества перед чем? Ну, конечно же, перед другими доступными и легальными способами зарабатывания денег. Именно в совокупности этих преимуществ и таится причина феноменального развития MLM во всём мире.

Преимущества сетевого маркетинга очевидны и наглядны:

1. Работа в комфортной для себя команде. В сетевой компании каждый новичок лично формирует свою будущую структуру, подбирая в первую линию дистрибьюторов только тех, с кем ему хочется работать. Никто не может заставить его «принять на работу» некомфортного ему человека. Количество людей в 1-й линии тоже определяет сам будущий наставник.

2. Возможность совмещать MLM с другой (основной) работой. Новичку не требуется «сжигать мосты», окунаясь в новое для него дело, а ведь неизвестно ещё, получится оно у него или нет. На первом этапе, как правило, достаточно уделять сетевому бизнесу 1,5-2 часа в день, а когда структура начнёт, стремительно расти и потребует большей отдачи, сам человек решает – оставлять ему прежнюю работу или продолжать совмещение. На практике большинство решают этот вопрос так: если совместительство стало приносить доход больший, чем основная работа, отнимающая, к тому же, ораздо больше времени и сил, MLM, становится основным видом деятельности.

3. Свобода. В сетевой компании человек сам определяет объём, время и место своей деятельности. Он сам решает, вставать ему в 7 утра или в 10, когда и с кем встречаться, как долго работать в течение дня, когда и на сколько уйти в отпуск.... Всё зависит только от собственных «аппетитов» и остроты желания их удовлетворить. Если человек доволен заработком в 2000 долларов в месяц, он может особо не напрягаться, работая 8-10 часов в неделю, если же стремится получать 10-15 тысяч долларов (как я), рабочий график будет напряжённым.

4. Неограниченная финансовая перспектива. Объём получаемых денег в MLM зависит только от объёма продаж, совершенного структурой. В США считается нормой, когда крупный сетевой лидер зарабатывает 500 тысяч долларов в год (к сожалению, я пока зарабатываю только 60-80 тыс. долларов в год). Таких же результатов уже достигли и некоторые украинские сетевики.

5. Высокие темпы карьерного роста и роста заработной платы. Чтобы сделать хорошую карьеру в «обычной» компании, человек, как правило, должен пять лет затратить на получение образования, потом ещё несколько лет упорно трудиться, становясь профессионалом. При этом карьерный и, соответственно, материальный рост ограничен количеством руководящих мест в компании.

В MLM успешную карьеру можно сделать всего за один год и, начиная с нуля, выйти на уровень дохода в 2-3 тысячи долларов в месяц. Вершин карьеры реально достичь за 3-4 года, а там ежемесячный доход исчисляется уже сотнями тысяч.

На вершине хватает места всем желающим. Известны компании, где число дистрибьюторов высших рангов перевалило за сотню и увеличивается ежемесячно.

Легенда сетевого маркетинга американец Глен Тернер, стартовавший в MLM с капиталом 300 долларов, всего за 5-ть лет заработал состояние в 300 миллионов (!) долларов.

Конечно, звездами становятся далеко не все, по статистике в MLM больших успехов добиваются лишь 10% людей, но, согласитесь, это тоже неплохо. Особенно, если учесть, что в «классическом» бизнесе только 5% мелких и средних фирм празднуют свое десятилетие, остальные терпят крах.

Темпы роста доходов в MLM тоже впечатляют. При грамотно построенной структуре и налаженной системе обучения, и мотивации людей, доход сетевого может удваиваться каждый год!

В сетевом бизнесе любят такой вопрос: что предпочтительнее – 100 тысяч долларов сразу или один пенни, который будет удваиваться каждый день? Конечно, пенни, отвечает каждый, кто знаком даже только с азами математики, ведь всего за год он превращается во многие миллионы долларов!

6. Независимость карьерного роста от личных отношений с вышестоящими спонсорами и руководителями компании. В сетевом маркетинге карьера на 100% зависит только от самого дистрибьютора. В MLM нельзя подняться «по блату» и нельзя оказаться пониженным в должности из-за плохих отношений с руководством.

7. Возможность очень быстро овладеть новой профессией. Профессионалами в MLM становятся всего за один-два года. И для этого не надо изучать десятки предметов, как в любом ВУЗе, штудировать сотни книг. Весь объем литературы сегодня составляет три десятка небольших по объему книг, газеты, журналы, видео- и аудиокассеты.. В общем, если тратить на самообразование всего один час в день, этого оказывается вполне достаточно.

8. Независимость успешной карьеры от пола, возраста, имеющегося образования и характера предыдущей деятельности. В MLM есть домохозяйки, стартующие в 60-летнем и более зрелом возрасте и добившиеся неплохих результатов. Есть и молодые бизнесмены, учёные и психологи, не достигшие ничего.

В сетевом маркетинге несколько иная философия и стратегия достижения успеха, чем в «обычном» бизнесе. Впрочем, эта тема отдельного разговора.

9. Постоянный рост новых связей. В структуре ежедневно появляются новые люди, вступающие в непосредственный контакт с уже действующими дистрибьюторами. А ведь каждый приходит со своим багажом и в структуре численностью более 100 человек можно найти любых интересных людей самых разных профессий – врачей, адвокатов, банкиров, артистов, учёных...

10. Весьма незначительный размер стартового капитала.

11. Отсутствие зависимости от внешних негативных факторов. Сетевики не сталкиваются с рэкономикой и необходимостью иметь «крышу», без чего сейчас в Украине не обходится ни один бизнесмен.

12. Отсутствие финансового риска. Даже если бизнес не пошёл, можно получить свои деньги обратно в течение определённого времени – так работает компания Aster.

13. Хорошая и долгосрочная перспектива. Сетевые компании имеют дело только с товарами очень высокого качества и необходимыми самым широким слоям населения, а финансовые кризисы затрагивают их меньше всего. В самом деле, разве может кризис повлиять на отношения между наставником и дистрибьютором? Или разве человек откажется от потребления привычного ему и необходимого продукта? Разве что в силу кризиса потребление станет немного меньше, но и это явление оказывается временным и скоро преходящим.

14. Творческий характер работы. Работа сетевого напоминает процесс создания хорошей книги. Человек сам заполняет её страницы и если книга получилась (создана работоспособная структура), она будет приносить своему автору (дистрибьютору) постоянный доход. Структура приобретает свойство самостоятельно плодиться и размножаться независимо от того, кто её породил, и родитель навсегда «обречён» на получение хорошего дохода.

15. Каждый сетевик стремится стать наставником для максимально большего количества людей, создавая, тем самым, новые рабочие места. Во-вторых, рост продаж стимулирует развитие производства. В-третьих, люди приобретают высококачественные товары и полезные продукты, улучшая свой быт и укрепляя своё здоровье. MLM – это тот редкий случай, когда бизнес и благородство успешно сочетаются в одном лице.

16. Высокая степень морального удовлетворения от своего труда. Что может доставить больше радости, чем наблюдение за тем, как привлечённые тобой лично люди становятся свободными, здоровыми и богатыми? В MLM, как нигде, возможно обретение огромного количества друзей, испытывающих к тебе искреннюю признательность и благодарность за свой успех.

У людей, только вступающих на «тропу сетевого бизнеса» вполне естественно возникает два вопроса:

1. откуда в MLM берутся такие большие деньги на оплату труда дистрибьюторов?

2. хватит ли денег на всех при большом росте числа участников бизнеса? Завтра мы ответим на них!

ОТКУДА В MLM БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ И ХВАТИТ ЛИ ИХ НА ВСЕХ УЧАСТНИКОВ БИЗНЕСА?

Прежде всего, определим сетевой маркетинг, как особую систему продвижения товаров и услуг. Это значит, что сначала эти товары или услуги кто-то должен произвести (организовать), на что требуются большие вложения денег.

В классическом бизнесе мы встречаемся с товаром на полке магазина и видим ярлык с ценой, в которую, помимо производственных затрат, включены также затраты на маркетинговые исследования, рекламу, транспортировку, складирование и многие другие, в том числе торговая надбавка, которая идёт на содержание самого магазина и оплату его работников. В цену включается и прибыль всех звеньев этой цепочки, так что на выходе розничная цена в несколько раз превышает себестоимость товара.

В сетевом маркетинге всё несколько иначе:

Есть MLM-компании, сами производящие товар (как наша компания «Aster»), а есть MLM-брокеры, занимающиеся только продажами. В обоих случаях фирма – производитель не тратит денег на рекламу и маркетинг, так как эти функции выполняют сами дистрибьюторы. А эти затраты могут достигать 40% в отпускной цене товара!

Сокращаются и расходы в других звеньях цепи от производителя до потребителя (не нужны оптовики, магазины с продавцами и т.д.) Таким образом, достигается весьма существенная экономия, которая и выплачивается сетевой структуре в качестве комиссионного вознаграждения.

Сама комиссия за проданные товары распределяется только между участниками сделки, к которым относятся отнюдь не все дистрибьюторы структуры, а только связанные между собой наставническими отношениями. То есть деньги от сделки, кроме непосредственного продавца, получают его прямой наставник, наставник этого наставника и так далее, до самого верха структуры.

Условия оплаты рассчитаны математически и заложены в компьютерную программу. При этом наибольшую часть комиссии получает сам продавец, а наставники имеют незначительный процент от суммы сделки. Но если у начинающегося дистрибьютора может быть одна-две сделки в месяц, то у наставников, имеющего в структуре сотни или тысячи дистрибьюторов, даже из мизерных процентов складываются весьма внушительные суммы(!)

Другое дело, что отдача от своих вложений здесь неизмеримо выше, чем в обычном бизнесе. Впрочем, не будем повторять уже описанные преимущества MLM, а подчеркнём лишь то, что Сетевой маркетинг в Украине действительно становится профессией XXI века.

ЧЕМ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД?

О связи (равно, как и об отсутствии всякой связи) между двумя механизмами написано немало. И на первый взгляд сходство между ними велико. Однако есть «лакмусовая бумажка», позволяющая отделить «зёрна от плевел» – это наличие реального товара, за продажу которого и выплачивается вознаграждение. Если же деньги платят лишь за привлечение новых членов, вносящих в компанию свои взносы – на лицо типичная финансовая пирамида. В Украине их было немало. Некоторые продолжают действовать и поныне, обирая малообразованных людей. Их организаторы являются типичными мошенниками и многие уже привлечены к уголовной ответственности.