

MLM? Ой, а что это?

Лучше я буду получать по 1 % от усилий 100 человек, чем 100 % от собственных усилий.

Поль Гетти, американский миллиардер

MLM расшифровывается как *Multi Level Marketing*, что означает «многоуровневый маркетинг». В России его еще называют сетевым.

Это вид бизнеса, которым занимаются миллионы людей во всем мире, по сути, самый многочисленный вид бизнеса. Только в России ежегодно к сетевым компаниям присоединяются десятки тысяч человек.

То, что в этом бизнесе задействовано так много людей, создает большую проблему: нет источника информации, к которому можно обратиться как к истине в последней инстанции. Возникает «эффект испорченного телефона», а отсюда и множество слухов и мифов об MLM.

В этой книге я хочу показать сетевой маркетинг «как он есть», у меня нет цели убедить вас присоединиться к этому бизнесу, я не пропагандирую ни одну из сетевых компаний, а только хочу, чтобы ваше мнение об MLM основывалось не на том, что вы когда-либо слышали от других людей (потерпевших неудачу либо также ничего не знающих об этой индустрии), а на точной и проверенной информации.

В чем экономический смысл MLM? Почему так много компаний выбирают эту систему?



Представьте, что вы производитель. Вы произвели какой-то совершенно уникальный товар и хотите вывести его на рынок. И вот перед вами стоит вопрос, какую систему торговли выбрать. Давайте анализировать:

Первая система, которую мы рассмотрим, — это традиционная торговля.

То есть вы продаете свой товар крупному оптовику, он — оптовику помельче, тот — совсем мелкому, и, наконец, товар поступает в магазин для долгожданной встречи с покупателем.

Все бы замечательно, но есть проблема: пока товар доходит до потребителя, он становится намного дороже, ведь владельцы складов тоже не святым духом питаются. Они накручивают свои **ПРОЦЕНТЫ**.

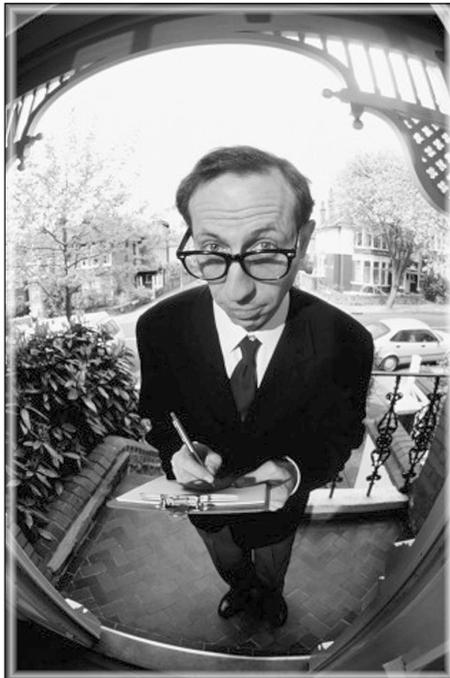
Но даже после того, как товар поступил в магазин, надо, чтобы потребитель о нем узнал. Можете, конечно, нанять экстрасенса-телепата, который внушит каждому человеку невероятное желание купить ваш продукт, но, я думаю, ре-

клама все же будет надежнее. А она добавит еще половину к стоимости товара.

Но не стоит огорчаться! Ищем проблему. Проблема — ПОСРЕДНИКИ. Убираем их и получаем следующую систему — прямые продажи.

Кто сказал, что место встречи товара с потребителем изменить нельзя? Многие производители в наше время обходятся вообще без магазинов. Они нанимают КОНСУЛЬТАНТОВ, которые продают их продукцию. Эти консультанты (их еще называют коммивояжеры, торговые агенты и т. п.) получают от этих компаний процент с каждой продажи.

Почему такой вид распространения продукции популярен? Ответ прост. Личные контакты невероятно эффективны. Человек доверяет другому человеку больше, чем рекламе. Кроме





того, здесь нет посредников, следовательно, потребитель покупает товар дешевле или получает за ту же цену, но более качественный.

Вроде все отлично, но, чтобы увеличить объем продаж, вам надо нанимать больше консультантов, а это значит, что их работу надо как-то организовывать, их необходимо обучать, а это огромные расходы.

И вам приходит в голову гениальная идея: а почему бы не переложить все обязанности по управлению персоналом на самих консультантов? Пусть они принимают на работу людей, обучают их, мотивируют, а вы за это будете им платить проценты с товарооборота приглашенных людей.

В результате вы как производитель избавляетесь от большой головной боли, а консультанты, теперь их с полным правом можно называть **ДИСТРИБЬЮТОРАМИ**, получают новый источник дохода.

Да, это сетевой маркетинг.

То есть вы купили какой-то товар, который вам понравился, ну, пусть это будет шампунь для волос, например. Вы говорите своей соседке Маше: «Хочешь такие же мягкие и шелковистые волосы, как у меня? Покупай шампунь „Тантин“». И Маша покупает. Потому что она вам доверяет, да и волосы у вас действительно выглядят отлично.

Фактически мы занимаемся сетевым маркетингом с детства. Вы нашли магазин с низкими ценами и сказали подруге, она пошла и тоже там отоварилась. Увидели, как женщина приятной внешности берет с полки в магазине незнакомый вам товар. «А это вкусно?» — спрашиваете вы. «Да, я всегда его беру», — отвечает она, и вы тоже его берете. Только магазин за такие рекомендации денег не платит.

Но вернемся к соседке. Через какое-то время вы говорите Маше: «Слушай, я получаю деньги за твои покупки. Хочешь так же?» — «Конечно!» И вместе с Машей вам ничего не стоит убедить покупать шампунь «Тантин» Машину подругу Катю. Маша довольна, а вы довольны вдвойне, ведь Катя тоже входит в вашу ГРУППУ, и вы получаете деньги и с ее покупки. И так далее. Доход в сетевом маркетинге неограничен и зависит только от ваших действий и вида маркетингового плана — плана вознаграждений дистрибьюторов, принятого в компании.

MLM — это уникальный способ создать для себя остаточный доход, не владея какими-то особыми талантами. Раньше возможность получения остаточного дохода была только у писателей, музыкантов, поэтов, композиторов и других творческих людей. К примеру, композитор может написать произведение и потом всю жизнь получать авторский гонорар от каждого его воспроизведения в любой точке земного шара.

Успешно поработав в сетевом маркетинге и создав большую организацию, вы через какое-то время можете расслабиться и жить в свое удовольствие, посвящая время, скажем, путеше-

ствиям, игре в гольф, подводному плаванию... А может, у вас семья, дети, которые требуют внимания?

НОВОСТЬ

В МУРе начала действовать новая партнерская программа «Приведи друга». После привода пяти друзей срок сбавляется на 20 %.

Откуда есть пошел сетевой маркетинг?

Свое, пусть маленькое, дело я предпочитаю всем биржам на свете.

Т. Драйзер

Так начнем повесть свою.

Нестор. «Повесть временных лет»

История MLM неразрывно связана с именем американца Карла Ренборга (1887–1973), чьи реализованные идеи превратились в индустрию сетевого маркетинга с многомиллиардным 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 о роли в ней витаминов.

В середине 1920-х годов он, как и многие другие иностранцы, проживающие в то время в Китае, оказался в тюрьме. 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 нашел выход — первой пищевой добавкой стали... ржавые гвозди! Частички их Ренборг добавлял в тюремную пищу, потом договорился с охранниками, чтобы те приносили ему различные травы...