

Úvodem

Málokde koluje tolik nesmyslných zkazek a nepravdivých informací, jako v oblasti síťového marketingu. Možná je to i tím, že princip síťového marketingu se dá snadno „zprznit“. A nemálo tzv. rychlopodnikatelů to také v minulosti udělalo.

Proto, pokud máte na síťový marketing negativní názor, anebo žádný, zpozorněte. Možná by vám vyrazila dech částka, která by vám jednoho dne přišla na účet jako provize za nákupy všech zákazníků ve vašem oblíbeném supermarketu za uplynulý měsíc. Asi byste několik minut zírali na pokraji infarktu. Ale přesně to je základní princip správného síťového marketingu – odměna za uskutečněný obrat a spotřebu výrobků.

Nestane se to samozřejmě samo od sebe, je třeba se o to nemálo přičinit vlastním úsilím. Ale odpovězte si sami – nevyplatilo by se vám vlastnit takový, byť třeba menší, supermarket?

Myslíte si, že to pro vás není možné? Co když je to ale jenom váš omyl z neznalosti správného systému?

1. Víceúrovňový neboli síťový marketing

Všechny systémy strukturovaného provizního odměňování, ať už jsou nazývány víceúrovňovým marketingem, network marketingem, multilevel marketingem apod., budeme označovat jako síťový marketing, což je označení velmi široké, ale zřejmě nejpřesnější.

Síťový marketing je způsob odměňování osob, pracujících v oblasti přímého prodeje, na základě nějakého definovaného systému, kde uskutečňují obrat pomocí doporučení nejrůznějších druhů zboží a služeb. Vytvářením spotřebitelské sítě ze svých známých, přátel, ale i dalších zákazníků, získávají výdělek z obratu a spotřeby výrobků. Mohou svým známým také doporučit, aby s nimi spolupracovali v této činnosti a vytváří si tak spolupracující skupinu přátel, za jejichž aktivitu jsou potom i sami odměňováni.

Je třeba zdůraznit, že tento způsob podnikání je zcela legální a důvěryhodný, stejně nebo možná i více než prodej např. vína nebo toaletního papíru v kterémkoli supermarketu. Pokud je toto podnikání provozováno správně a podle pravidel. Síťový marketing jako plnohodnotný podnikatelský model je proto vyučován na mnoha renomovaných vysokých školách.

Jako i v jiných oblastech, existují však i zde systémy a způsoby, které se snaží vydělávat na nevědomosti a malé ekonomické vzdělanosti některých lidí.

Jak poznat a ověřit si legálnost, solidnost a efektivitu systému, který je vám nabízen, to si zkusíme na příštích stránkách vysvětlit.

Možná vás to překvapí, ale síťový marketing není ani tak o prodeji, ale v první řadě je o vytváření spotřebitelských sítí. Vytváření spotřebitelských sítí v nějaké podobě najdete ve všech oblastech prodeje prakticky všech obchodních firem, a to i ve vašem oblíbeném supermarketu (viz např. projekt Clubcard firmy TESCO). Nicméně síťový marketing v oblasti přímého prodeje má jistá specifika, výhody i nevýhody. Výhody však, zdá se, výrazně převažují.

Můžete si vytvořit v konečném důsledku stejně velkou spotřebitelskou síť, jako světově známý obchodní řetězec. Nevěříte? Takové sítě v síťovém marketingu opravdu existují, a nejsou ve světě zase tak ojedinělé. Uznávám ovšem, že to se nepodaří každému.

Můžete si vytvořit spotřebitelskou síť v okruhu svých známých a přátel, a jejich přátel, a přátel jejich přátel..., což zaručuje značnou loajalitu a spotřebu na dlouhou dobu do budoucna. O tom se může velkým obchodním firmám jenom zdát.

Můžete si vytvořit spotřebitelskou síť, která bude, ovšem až po několika letech vaší aktivity, produkovat obrat sama už bez vašeho dalšího hnutí prstem. Pokladny v supermarketech musí ovšem hrčēt a pípāt každý den znovu a znovu...

Má to však jednu podmínku. Musíte pracovat v solidním, legálním a správně nastaveném systému. A nesmíte se omylem chytit nějakého podvodu.

Proto nejdřív vyvrátíme široce rozšířené a stále opakované omyly.

Správný síťový marketing totiž rozhodně není:

1. PYRAMIDA

Pyramidální struktura existuje snad v každé větší firmě či organizaci. Ten, kdo je na vyšším postu a zastává vyšší funkci, vydělává vždy víc peněz a má také větší možnosti a rozhodující slovo. A tak je obvykle postavena pyramidální organizace každé větší firmy. Není tomu náhodou přesně tak i tam, kde pracujete ve svém zaměstnání?

Na rozdíl od dobrého a legálního systému síťového marketingu, jehož základem je plošná síť – a výše vašeho příjmu je závislá pouze na tom, jak velká, hustá a strukturovaná vaše síť bude. Čili jak budete aktivní a kolik uděláte práce. Proto každý v takové síti má úplně stejné možnosti k vytvoření si velkého příjmu. A proto vy můžete po pár měsících nebo letech vydělávat mnohonásobek toho, co váš známý, který vás do sítě přivedl (a je tedy z laického pohledu jakoby nad vámi). Prostě jenom proto, že jste si vybudovali hustší a lépe strukturovanou síť.

Tohle pravidlo platí ovšem jenom v těch správně fungujících systémech. V těch pochybných bude váš známý skutečně vydělávat i na „práci“ svých „podřízených“, tak trochu jako v tom běžném zaměstnání. Možná na tomhle nepochopení vzniklo stále omílané nesmyslné tvrzení o podvodných pyramidách.

2. LETADLO

Letadlem se označuje nelegální systém vydělávání. Nelegální je proto, že v takových systémech se nevydělává na prodeji výrobků a už vůbec ne na jejich spotřebě.

Zdrojem často i všech vyplácených peněz jsou noví „cestující“, kteří zaplatí vstupní poplatek. Někdy se pro oklamání lidí v takových systémech jakoby prodávají různá bezcenná školení nebo informace. Zakladatel takového systému zpravidla vydělá dost peněz, protože do systému se v první fázi nadšení vrhne dost nepřemýšlejících lidí. Ale pohon takového „letadla“ potřebuje stále víc a víc paliva, stále víc a víc

nových zájemců, kteří ale zákonitě začnou po krátkém čase ubývat a nakonec se celý systém zřítí. Nemá totiž už z čeho žít, na rozdíl od skutečné spotřebitelské obchodní sítě. A ty stovky posledních chudáků o všechny vložené peníze zákonitě přijdou.

Proto jsou takové systémy nelegální a nezákonné. Dají se většinou už v první fázi odhalit podle poměrně vysokých, zpravidla několikatisícových vstupních poplatků.

Ještě jednou zdůrazňuji, že takové systémy jsou na hony vzdáleny legálnímu síťovému marketingu, který je založen vždy na nějaké formě nákupů zboží nebo služeb denní potřeby.