

Obserwując rynek network marketingu zauważamy, że jest on bardzo zróżnicowany. Ogólnie, możemy podzielić go na kilka kategorii, takich jak: konsumencki, który dzieli się na MLM oferujący produkty namacalne (np. suplementy, kosmetyki itp.) lub produkty nienamacalne (takie jak ubezpieczenia, szkolenia itp.) oraz MLM sprzedażowy, również oferujący produkty namacalne lub produkty nienamacalne, takie jak usługi prawne i inne, który potocznie nazywany jest marketingiem usług. Oczywiście, na uparteo, innych odmian marketingu sieciowego znajdziemy jeszcze więcej, ale dzisiaj chciałbym się zająć porównaniem marketingów sprzedażowych.



Marketing usług kontra marketing produktów

DANIEL KUBACH

Większości polskiego społeczeństwa biznes MLM kojarzy się ze sprzedażą produktów namacalnych, takich jak suplementy, kosmetyki, chemia gospodarcza, odkurzacze czy filtry do wody. Osoby spoza branży zazwyczaj nie wiedzą, że w tym systemie oferowane są również takie produkty, jak ubezpieczenia, usługi telefoniczne i prawne.

Świat idzie do przodu

Z każdym rokiem w biznes sieciowy i sprzedaż bezpośrednią wchodzi coraz to nowe firmy z różnych branż, które do tej pory funkcjonowały w sposób tradycyjny. Świat idzie do przodu, a więc przedsiębiorstwa również. Każda branża rozkwita i zadziwia nas nowymi pomysłami, swoimi osiągnięciami oraz dopasowaniem się do warunków rynkowych. Nie sposób nie zauważyć, że od kilku lat w Polsce rozkwitają firmy MLM oferujące w tym systemie coraz to nowe oraz bardziej dopasowane do wymagań klientów usługi.

Podobnie wygląda sytuacja z firmami franczyzowymi. Wszyscy wiemy jak działa McDonald's, KFC, Pizza Hut czy polskie CCC. W ślad za tymi koncernami tą samą drogą podążyły już salony piękności, kluby fitness, pralnie chemiczne, a nawet kancelarie adwokackie.

Sprzedaż wirtualna

Czym więc jest MLM usług, a czym MLM produktów? Co wyróżnia te dwa systemy marketingu? Jakiej posiadają mocne, a jakie słabe strony? Niby mają one ze sobą wiele wspólnego, ale jeżeli przyjrzymy się im nieco bliżej, to dostrzeżemy dość znaczące różnice występujące pomiędzy nimi.

Pierwszą rzeczą, która wyróżnia oba systemy jest produkt. Współpracownik oferujący produkty namacalne, demonstruje ich zalety swoim potencjalnym klientom, utożsamia się z wyrobem pokazując rezultaty jego działania, próbuje, częstuje nim swojego rozmówcę itd. Do zalet tego systemu sprzedaży należy to, że prezentacja nie zawsze wymaga skomplikowanych umiejętności sprzedażowych. Klient może produkt dotknąć, zobaczyć, ugryźć czy powąchać. Zazwyczaj można powiedzieć, że produkt broni się tutaj sam. Z kolei w przypadku marketingu usług, współpracownik firmy MLM oferuje klientom produkt, którego nie widać.

Tak naprawdę, to sprzedawca sprzedaje siebie, kartkę papieru i opowieść, którą przekazuje klientowi.

W niektórych przypadkach przedstawiciel musi posłużyć się wszystkimi dobrymi umiejętnościami, które wcześniej nabył na szkoleniach sprzedażowych. Tutaj wyniki przedstawiciela w dużej mierze zależą od poziomu wykształcenia, jego postawy i zaangażowania. Oferując usługi sprzedawcy cenią sobie to, że nie muszą w teren zabierać ze sobą produktów, a należy pamiętać, że niektóre towary mają swoją wagę i objętość, i nie zawsze są łatwe w transporcie. Oferując usługę sprzedawca udaje się do klienta z teczką.

Wyjście awaryjne

Do zalet współpracy z firmą MLM oferującą usługi należą zazwyczaj niskie koszty wejścia i wyjścia. Współpracownik nie jest zobowiązany do zakupu produktów i dalszego

ich odsprzedawania. Minusem jest to, że pod przykrywką przedsiębiorstw oferujących usługi, w tym systemie działają również firmy, które można nazwać piramidami finansowymi. Dlatego należy nauczyć się je rozróżniać, zarówno dla dobra swojego jak i swoich znajomych, ponieważ psują one opinię całemu rynkowi i branży MLM.

Zapasy zimowe

W większości znanych firm sieciowych oferujących produkty namacalne pojawia się taka sytuacja, że jeżeli współpracownik nie dokona zakupu odpowiedniej ilości produktów – tak zwanej kwalifikacji – nie otrzymuje wynagrodzenia za pracę swojej grupy. Z jednej strony jest to czynnik mobilizujący do działania, ale co się dzieje w przypadku, kiedy dystrybutor w danym miesiącu nie posiada środków na zakup kwalifikacji (czasem kilkaset lub więcej PLN), a chciałby otrzymać prowizję z grupy? Często bywa również tak, że pieniądze są, ale taki zakup powoduje rozwój zbędnego domowego magazynu, który zamraża sprzedawcy wolne środki. Magazyn się powiększa, lecz sprzedaż ani wynagrodzenie przedstawiciela nie wzrasta, a pieniądze zamiast pracować, leżą sobie odłogiem.

Oczywiście jest to błąd strategiczny takiego przedstawiciela oraz jego lidera. Pamiętajmy, że utrata płynności finansowej może być przyczyną frustracji, a nawet odejścia współpracownika z firmy. Koncern, z którym współpracuje owy przedstawiciel na pewno ma inną politykę niż gromadzenie towaru. Takiego błędu nie popełniają współpracownicy firm usługowych. W przypadku rezygnacji ze współpracy nie muszą się oni zastanawiać nad tym, co mają zrobić z nadwyżką. Nie martwią się o pieniądze, które muszą wygospodarować na zakup swojej kwalifikacji.

Pakiet startowy czy haracz?

Zwróćmy teraz uwagę na opłatę wstępną, którą zazwyczaj przyszły lider powinien wyłożyć, aby zacząć działać w marketingu sieciowym. Taką opłatę firmy nazywają różnie: pakiet startowy, starter kit, opłata manipulacyjna, administracyjna itd. Przedstawiciel, który podpisuje umowę z firmą MLM kupuje tzw. pakiet startowy, który kosztuje od kilkudziesięciu, kilkuset, a nawet do kilku tysięcy złotych. W zamian otrzymuje szkolenie, materiały, umowę, a czasem nawet produkt. Osobiście preferuję przedsiębiorstwa, które nie pobierają opłat na wstępie, ewentualnie proponują jednorazową, uzasadnioną opłatę symboliczną, pokrywającą koszty materiałów szkoleniowo-promocyjnych.

Niestety zdarza się tak, że firma pobierając kosmiczne kwoty, od razu chce zarobić na swoich współpracownikach, nazywając ten proceder przy użyciu pięknych sformułowań. Moim zdaniem w takim przypadku powinno się to nazwać po imieniu, czyli logicznie nieuzasadnionym „haraczem”. Na takie przedsiębiorstwa radziłbym bardzo uważać. Zarówno w przypadku MLM produktów namacalnych, jak i tych nienamacalnych, opłata wstępna zawsze zależy od polityki firmy.

Kiedy pierwsze pieniądze?

W przypadku, kiedy sprzedawca oferuje klientowi produkt namacalny i klient decyduje się na zakup, to prowizja trafia praktycznie w tym samym momencie do kieszeni sprzedawcy. To wielki plus. Natomiast w przypadku sprzedaży usługi, choćby takiej jak ubezpieczenie czy usługa prawna, na pieniądze trzeba poczekać. Najpierw muszą one trafić do firmy. Czyli swoją prowizję przedstawiciel otrzymuje później. Może być to utrudnieniem dla handlowców początkujących. Dlatego firmy oferujące usługi próbują proponować swoim współpracownikom rozwiązania finansowe, takie jak zaliczki, przedpłaty czy premie za obrót.

Gdzie można więcej zarobić? Na to pytanie niestety nie ma odpowiedzi. W jednym i drugim wypadku zależy to od sprzedawcy, rynku, planu kariery oraz samej firmy. Możemy współpracować z bardzo dobrym koncernem, ale za to z małym potencjałem klientów

oraz słabym planem marketingowym. I pomimo potęgi przedsiębiorstwa nie możemy spodziewać się „kokosów” na naszym koncie. Nie wiermy ludziom snującym hasła „Ty nic nie musisz robić” lub „Już niedługo będziesz bogaty”. Nonsens. Na wszystko trzeba zapracować. W MLM także. W celu szybkiego zarobku nie powinno się również brać przykładu z tych, którzy pracują w kilku biznesach, mając w ofercie produkt namacalny, a w razie czego (tak w zanadru) nienamacalny. Albowiem:

W tym biznesie wygrywają konsekwentni, a nie skoczkowie.

Gdzie się można więcej nauczyć?

Gdzie poznamy ciekawszych ludzi? Człowiek, który przychodzi do firmy MLM widzi, jakie firma wyznaje wartości, jaki jest produkt i czy jest on dla niego odpowiedni. Niektórzy mężczyźni nie chcą np. sprzedawać kosmetyków, chociaż pewnie zrobiliby to lepiej niż niejedna kobieta. Początkującym w branży MLM proponuję dokładnie zadać sobie następujące pytania: czy entuzjazm, którym emanują współpracownicy jest podparty rzetelnymi argumentami? Czy firma przedstawia jasno konkrety, czy opiera się tylko na sztucznie wywołanych emocjach? Szukamy ludzi podobnych do siebie, o takim jak nasz celu życiowym, wyznających podobne wartości. Tutaj poradziłbym zaobserwować, kto współpracuje z daną firmą.

Są przedsiębiorstwa networkowe, gdzie spotkamy głównie ludzi po czterdziestce, pięćdziesiątce (niektóre firmy oferujące suplementy), oraz takie, gdzie wręcz przeciwnie – poznamy dużo młodszych (telekomunikacja, ubezpieczenia, odszkodowania). Zastanów się, czego szukasz. W jakim towarzystwie czujesz się lepiej? W każdej firmie MLM na pewno znajdziesz ludzi wspaniałych. Liderów z zadziwiającą wiedzą i umiejętnościami, osoby, które osiągnęły sukces. Każdą firmę tworzą ludzie i to od nich się uczymy.

Jeżeli chcesz nabyć umiejętność zarabiania pieniędzy, to znajdź taką firmę i takiego lidera z tej firmy, który potrafi zarabiać pieniądze i posiada inteligencję finansową. Tylko taki lider poprowadzi Cię w kierunku płynności finansowej, a z czasem do finansowej wolności.

Wybierając dla siebie MLM musimy sobie zadać pytania: Jaki produkt mógłbym oferować swoim klientom? Jakie są koszty wejścia do biznesu? Kiedy zarobię pierwsze pieniądze? Jakich dochodów mogę się spodziewać w danej firmie? Z jakimi ludźmi chcę się rozwijać i zarabiać pieniądze?

Decyzję każdy podejmuje sam. Tym, którzy już współpracują lub dopiero zamierzają działać z rzetelną firmą MLM bez względu na fakt, czym ona handluje, szczerze gratuluję. Nigdzie nie znajdziecie takiej szkoły życia, tylu przyjaciół, tyle pozytywnej energii oraz tak ciekawego sposobu na życie. A przy odpowiednim zaangażowaniu i konsekwencji pieniądze w tej branży pojawią się na pewno. ■

Autor tekstu jest wiceprezesem zarządu EUCO Sp. z o.o.

