

Marketing sieciowy. Na czym polega? Jakie zajmuje miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej? Dlaczego budzi kontrowersje? Jak jest dziś jego oblicze? Jakie niesie szanse?

MLM (multilevel marketing) jest to szczególny system dystrybucji dóbr powszechnego użytku. Zajmuje istotne miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej. Polega on na wykorzystywaniu relacji osobistych uczestników przedsięwzięcia z innymi ludźmi, do kreowania obrotu handlowego towarami bądź usługami. Produkty dystrybuowane w tym systemie są zazwyczaj ponadstandardowe i niedostępne w innych kanałach zbytu. Network marketing skraca drogę towaru do końcowego konsumenta, poprzez wyeliminowanie łańcucha dostaw, sieci tradycyjnych placówek handlowych oraz hurtowni. System ten nie korzysta z medialnych kampanii reklamowych. Jest pod wieloma względami genialną koncepcją ekonomiczną, jako że uczestnicy tej gry są sami sobie jednocześnie podażą i w stopniu znacznym też popytem. Tworzą również sami całą logistykę: transport, magazyny, reklamacje. MLM jest samofinansujący się, nie generuje kosztów promocji, gdyż zorganizowany sprawnie i etycznie, zastępuje tę ostatnią bardzo skutecznym orędownictwem konsumenckim. Dystrybutor w MLM, to zazwyczaj również konsument produktów – silnie do nich przekonany. Tym samym reklama dystrybuowanych artykułów w jego ustach jest sugestywna i skuteczniejsza od reklamy tradycyjnej. Network marketing to sprzedaż bezpośrednia, „z ręki do ręki”, ale bazująca zazwyczaj na dużej rotacji produktów, czyli wielokrotnych powrotach do końcowego konsumenta. Tym samym produkty rozprowadzane w tym systemie muszą być pożądane, niezawodzące, a same techniki ich sprzedaży wolne od manipulacji na tyle, by pozwalały budować długie i dobre relacje z klientem, do którego marketingowcy sieciowi po wielokroć wracają.

Podział tortu wpływów jest tu dość podobny do tego, jaki następuje w handlu tradycyjnym, czyli 10% - 25% dla wytwórców, a 75%-90% dla kreatorów popytu, z uwzględnieniem wszystkich kosztów tej kreacji. Różnica polega na tym, że w MLM wszystkie te pieniądze, jakie w handlu tradycyjnym opłacają reklamę, logistykę, koszty pracy ludzkiej i marże kolejnych pośredników – tutaj wkładane są w system finansowy, polegający z grubsza na tym, że premiuje on uczestników proporcjonalnie do obrotu (na który składa się zarówno sprzedaż na zewnątrz, jak i konsumpcja wewnątrz organizacji) handlowego kolejnych i kolejnych generacji nowych, przystępujących doń osób.

System ten przypomina wprawdzie piramidy finansowe, w praktyce jednak, poza coraz rzadszymi wyjątkami, współczesne MLM-y nie płacą już prowizji za „pozyskiwanie dusz” dokonujących wpłat, jakie stanowią zysk, lecz płacą prowizję będącą bezpośrednią funkcją obrotu handlowego. Nie są to więc piramidy, a w ogromnej większości firmy handlowe, funkcjonujące przez dziesięciolecia, podczas gdy piramida w tzw. schemacie Ponziego nie ma obecnie szansy nigdzie przetrwać nawet pół roku. W XXI wieku firmy MLM są już znacznie dalej od piramid finansowych, niż instytucje finansowe poczynając od Amber Gold, a kończąc na imperium B. Madoffa. W opinii wielu ekspertów są nieporównywalnie dalej nawet od ... ZUS-u, nie mówiąc już o licznych korporacjach o wiekowych tradycjach.

MLM, czyli po polsku: wielopoziomowy marketing sieciowy - ma w Polsce dość różne konotacje wśród fachowców i podobnie zróżnicowane są opinie o nim w społeczeństwie. Należy však podkreślić, iż z ekonomicznego punktu widzenia jest to niezwykle ciekawa i nader skuteczna formuła kreowania popytu handlowego. Z kolei, z punktu widzenia uczestników tych przedsięwzięć – organizacji dystrybucyjno-konsumenckich - jest to ogromna szansa dla wielu osób na aktywizację zawodową. Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że nie ma obecnie w naszych realiach drugiej takiej możliwości, w której bez kapitału potrzebnego do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, bez specjalistycznego wykształcenia, szczególnych talentów, czy koneksji – praktycznie każdy konsekwentnie zaangażowany, zarobi w sposób uczciwy pieniądze pozwalające mu znacznie

podreperować domowy budżet. Jest bez wątpienia dziś w Polsce jeden z najpopularniejszych sposobów na „dorabianie”.

Marketing sieciowy przynosi wszak też wiele przykładów prawdziwych karier, które zrobiły osoby, jakim z rozmaitych powodów nie udało się to wcześniej w innych dziedzinach życia zawodowego.

Dlaczego zatem tak interesująca, powszechnie dostępna i niskoinwestycyjna forma zarobkowania budzi jednak tak liczne kontrowersje? Powodów tego należy szukać w początkach multilevel marketingu na Wisłą, w latach 90-tych, kiedy amerykańskie networki rozbudzały ogromne nadzieje rodaków na fortuny, mające płynąć z przychodu pasywnego dzięki pracy i konsumpcji innych. Jako, że liderzy tych organizacji trafili początkowo na całkowicie bezkrytyczną recepcję ich działań rekrutacyjnych i motywacyjnych, więc poczynali sobie równie beztrusko, czerpiąc obficie z technik socjomanipulacyjnych, które można było sprowadzić do sloganu: „nikt ci tyle nie da, ile my ci obiecujemy...”

Setki tysięcy rodaków nabywało tzw. pakiety startowe, które były dla ogromnej ich większości zakupem nieprzydatnym, gdyż jak się rychło okazywało, nie mieli oni ani żytki handlowej, ani umiejętności budowania relacji z innymi ludźmi, ani charakteru do mozolnej, konsekwentnej i wymagającej wielu cierpliwych prób - rekrutacji do MLM, której nader często towarzyszy odmowa. Większość nie miała wiedzy, że „startery” te mogą zwrócić lub nawet śmiałości, by to zrobić. Amerykańskie firmy MLM uprawiały nadto biznes handlu tzw. „narzędziami pomocy”, czyli nieadekwatnie drogimi materiałami edukacyjnymi, bądź szkoleniami z dziedziny rozwoju osobistego. Sesje te kładły nacisk na przywiązywanie adeptów do organizacji dystrybucyjnej, na motywowanie ich do sprzedawania i rekrutowania osób następnych, bez względu na zdolności do tego, na konsekwencje towarzysko-rodzinne tego i bez względu na osiągnane wyniki. Siłą rzeczy; firmy marketingu sieciowego jawić się zaczęły ludziom o krytycznym spojrzeniu, organizacjami podobnymi do struktur piramid finansowych (różnica pomiędzy wpłatą do piramidy, a wydatkiem na „starter” jest nader trudno uchwytna) albo ewidentnymi sektami ekonomicznymi.

Należy uczciwie powiedzieć, że organizacje MLM i owszem przypominają czasami piramidy finansowe. Głównie te firmy, w których wykup pakietu startowego stanowi warunek akcesu, przedstawiany tam, jako konieczna rzekomo „inwestycja w siebie” na starcie. W istocie organizatorom chodzi przede wszystkim o to, by zarobić również, a może nawet głównie na tych, co odpadają. A tych, jest – jak w każdej zresztą samodzielnej działalności biznesowej – znaczna większość.

Organizacje MLM przypominają również niekiedy sekty ekonomiczne, w których uczestników nie szkoli się z kompetencji handlowych, a raczej indoktrynuje w wierności marce, czy systemowi. Hermetyczne, nie dopuszczające krytyki zewnętrznej, ani wewnętrznej. Dogmatyczne. Należy jednak powiedzieć również, że jest to obecnie coraz rzadszy obraz organizacji network marketing i model zdecydowanie odchodzący w mrok historii. Obecnie na rynku polskim działa kilkadziesiąt organizacji MLM, a co najwyżej w kilku z nich obserwować można wyraźnie opisane patologie.

Marketing sieciowy nie musi bowiem mieć absolutnie żadnych cech piramidy finansowej. Wystarczy, że organizatorzy dystrybucji zrezygnują z emisji pakietów startowych lub choć uczynią je wartymi obiektywnie ich ceny. Nie musi być on również sektą ekonomiczną. Wystarczy, iż organizatorzy

stawiają na szkolenia z kompetencji, z narzędzi sprzedażowych, komunikacyjnych i innych potrzebnych również w życiu pozazawodowym technik rozwoju osobistego, a nie na indoktrynację.

Nie ma świadomości społecznej tego, że to, co kojarzy się z firmami marketingu sieciowego: rytuały, hymny, bezkrytyczne bałwochwalstwo firmy, marki i produktów - to już jest w tej branży relikw, a jeżeli się jeszcze zdarza, to całkowicie spontanicznie i lokalnie. Za to zjawiska takie wracają do nas w firmach handlowych „tradycyjnych” - szczególnie te *made in USA* przymuszają swoich pracowników do uczestniczenia w sesjach, jakie przypominają im bardziej obyczaje sekty, niż relacje, które regulować winien stosunek pracy.

Biznes MLM można jak najbardziej robić skutecznie w konwencji nie jakiegoś podejrzanego bractwa, lecz firmy handlowej, jak każda inna - najnormalniejsza i najrzetelniejsza. Network marketing może być uczciwszy w relacjach z uczestnikami, niż korporacja. I coraz częściej taki jest ! Może być swoim dystrybutorom-konsumentom niezwykle przyjazny. Może być liberalny i transparentny aż do przezroczystości. Może być całkowitą antytezą jego amerykańskiego archetypu z lat 1980-1995.

Jak pokazują ostatnie lata rozwoju tej branży w Polsce – nasze społeczeństwo otrząsnęło się już z traumy pierwszych, nader niefortunnych doświadczeń z tą formacją ekonomiczną.

Dostrzeżone zostały rodzime firmy marketingu sieciowego, które powstały na początku nowego stulecia nad Wisłą i znakomicie sobie od wielu już lat radzą. Które nie obiecują na spotkaniach informacyjno-rekrutacyjnych mrzonek, nie opowiadają o „gospodyni z Kentucky, która tylko piła i polecała, piła i polecała - i milionerką została...”. Te przedsiębiorstwa dystrybucyjne oparły swój byt ekonomiczny i konieczną marketingowi sieciowemu unikalność produktów - o polskie wynalazki biochemiczne, o rodzimy kapitał. Wykształciły rdzenne wartości, własną kulturę organizacyjną. Nie ma w nich w ogóle żadnych „starterów”, odrzuciły blichtr i hipokryzję amerykańskich MLM-ów sprzed ćwierć wieku. Nie kłamią, nie przypominają w niczym sekt ekonomicznych, uczą technik sprzedaży, uniwersalnych kompetencji, przydatnych w wielu dziedzinach życia, a nie ślepej wiary w jedyną słuszność systemu. Dały niespodziewaną szansę przede wszystkim kobietom będącym w wieku, w którym o ofertę dobrze płatnej pracy jest bardzo ciężko. We współpracy z tymi firmami tysiące dystrybutorów z powodzeniem łąca swoje domowe budżety, ale nie jest tajemnicą, że menedżerowie tych organizacji zarabiają powyżej średniej krajowej, a ich liderzy pobierają prowizje kilkudziesięciotysięczne.

To właśnie te organizacje odbudowują zaufanie klientów i potencjalnych współpracowników do firm spod znaku MLM. Formacji gospodarczej, która ma w Polsce wielką przyszłość, jeżeli realizują ją liderzy uczciwi, planujący swój biznes na długie lata i rozumiejący prawidłowość, iż najważniejsi w biznesie MLM są jego uczestnicy, że najważniejsze jest ich dobre samopoczucie i godne zarobki.

Jarosław Zych

Autor jest współzałożycielem Colway Sp.J. (www.colway.net.pl) - rdzennie polskiej organizacji dystrybucyjnej – obecnie czołowego rodzimego networku, uznanego za TOP Firmę 2014 roku w konkursie **MLM Business Awards**. Liderem biznesu, który w tej branży zarobił fortunę. Udziałowiec także innych firm, funkcjonujących w handlu tradycyjnym. W latach 90-tych Area Distributor w sieci Rainbow, wcześniej rekordzista świata w sprzedaży osobistej w tamtej organizacji, jeszcze wcześniej

żywa legenda środowiska akwizytorów polskich. Rasowy sprzedawca. Autor wielu programów i skryptów szkoleniowych. Twórca narzędzi menedżerskich i sprzedażowych. Trener, motywator, znakomity mówca. Na jego dwugodzinny wykład na temat sztuki sprzedaży na youtube, internauci zalogowali się na wszystkich odsłonach, gdzie go zawieszono (np. <http://www.youtube.com/watch?v=mqlZ1G0mqec>, <http://www.youtube.com/watch?v=VvZofM9f-cM>), w sumie ponad 70 tys razy, co stanowi swoisty rekord... Od 15 lat zabiega o poprawę wizerunku branży sprzedaży bezpośredniej, a zwłaszcza MLM. Wyraz swoim poglądom na ten temat dał w wywiadzie dla Network Magazynu: http://www.youtube.com/watch?v=1A_V-dQnMCs

Wiosną 2015 Jarosław Zych - wraz z grupą przyjaciół-założycieli Spółki Akcyjnej **Colway International** - uruchamia swój nowy projekt biznesowy, którym będzie marketing wielopoziomowy, zaczynający się tym razem w Polsce. Czyli odwracający odwieczne wektory ekspansji w tej branży. Start tego przedsięwzięcia nastąpi **26 kwietnia 2015** na imprezie zorganizowanej z ogromnym rozmachem w Hali Sportowej w **Gdyni**. Inauguracja globalnego biznesu sieciowego, który mając na uwadze dotychczasowe, lokalne sukcesy **Colway** i jego zarządców, rokuje znakomicie - ściąga do Gdyni tysiące osób z sektora MLM i sprzedaży bezpośredniej, nie tylko z Polski. Wszyscy liczą na to, co po wielokroć w tej branży się już zdarzyło, na to, że będąc pierwszymi, to oni znajdą się na wierzchołkach struktur konsumenckich, jakie oplotą w przyszłości świat. A to oznaczać może fortunę. W tych krajach, w których brała początek większość globalnych firm MLM, żyje obecnie kilkanaście tysięcy milionerów, których majątki powstały właśnie dzięki wpisaniu się do tych przedsięwzięć na samym ich początku. Po raz pierwszy taka szansa pojawia się w Polsce. Na ile jest realna? To się okaże. „Wpisowe” wydaje się relatywnie niewielkie i polega na zakupie naprawdę niezłych produktów prozdrowotnych lub kosmetycznych za kilkaset złotych, a i to nie od razu i oczywiście z prawem ich zwrotu, jeśliby nabywca się rozmyślił. Jak można spróbować szczęścia na takiej loterii życia? Trzeba znaleźć jako „wprowadzającego” kogoś, kto jest już Uczestnikiem Sieci Colway w Polsce. Nie powinno być to trudne. Z organizacją Colway zetknęło się jako jej klienci setki tysięcy osób. Kilka tysięcy z nich, to dystrybutorzy tej sieci: www.colway.net.pl