

Сетевой маркетинг в России сильно отличается от аналогичной сферы деятельности на западе.

Во-первых, MLM в нашей стране формируется за неимением специального законодательства. Потому море компаний точно бы и существуют в правовом поле, либо же зарегистрированы в качестве компаний, которые осуществляют прямые продажи, а сети объединяются в потребительские системы, общественные организации и прочие.

Во-вторых, под знаком “MLM” и “интерсетевого маркетинга” прячется множество мошенников, которые используют многоуровневые программы и «пирамиды», однако их деятельность далеко от реальных оснований сетевого маркетинга. Главное образом это кредитные общества, бизнес-клубы, инвестиционно-консалтинговые дисконтные компании, которые продают членство в клубе. Они применяют бинарный маркетинг для исполнения планов и продвижения своей компании. Собственно поэтому тьма подобных обществ вербуют людей в России, а не подставляют под угрозу собственный бизнес. Информация о финансовых просчётах, которые потерпели некоторые объекты сотрудничества, проступает в СМИ в довольно извращенном виде, что немало уменьшает уровень доверия к такой сфере деятельности как сетевой маркетинг.

Еще один аспект – наш MLM имеет очень слабую степень безопасности. Вследствие юридической неопределенности статуса компаний, которые занимаются сетевым маркетингом, фирмы и дистрибьюторы не имеют правовой защиты от притязаний правоохранительных структур.

Также в нашей стране существует явление скрещения сетей, что очень редко можно увидеть в странах ближнего зарубежья. Это значит, что одни и те же люди задействованы в разных компаниях, а спонсорскую поддержку определенная организация оказывает различным фирмам. Также очень распространенным фактом является миграция из одной сети в другую: не удалось тут – там стоит попытаться. Отсутствие сплоченной политики и желание приобрести одноразовую прибыль подрывает развитие сетевого маркетинга. Видно, прежде всего, надо поменять менталитет, чтобы MLM успешно формировался в нашей стране.

И еще: в России родилось целое сообщество сетей компаний, которые занимаются лишь

сетевым маркетингом. Сетевой маркетинг превратился в консолидирующий бизнес, где дистрибьюторы в различных странах ведут тесное сотрудничество, не имея несогласий в политических или расовых соображениях. Так, к примеру сказать, компания ННПЦТО – Научно-производительный центр технологий омоложения имеет очень мощную производительную базу, посредством которой выпускает высоколиквидную продукцию по реально доступным ценам, имеет возможности снарядить команду, состоящую из сотен тысяч дистрибьюторов, которых соединяют совместные интересы и целевая политика компании. Одними из самых успешных MLM компаний в России являются AVON, Oriflame, Amway, Mary Kay, Zepher, хотя список на этом не ограничивается.