

Когда мне однажды рассказали о том, что есть такое понятие как «Сетевой Маркетинг 2.0», то я отнесся к этому несколько скептически. Однако, начав разбираться, посмотрев запись семинара по Сетевому Маркетингу 2.0, зайдя на ресурсы соавторов концепции, я стал горячим поклонником этой идеи! Я буквально влюбился в эту концепцию и принял как свою.

Итак, что же это за идея и с чем ее едят?

Для большинства сетевиков традиционного сетевого маркетинга, независимо от их уровня и компании существует проблема кадров.

Независимо от того работаем мы со знакомыми или незнакомыми людьми, далеко не каждый соглашается стать нашим бизнес партнером. Понятно, что сетевой маркетинг это «бизнес статистики и сортировки», но при этом мы имеем очень низкий коэффициент полезного действия. По сути, мы делаем предложение каждому с кем, в принципе, можем заговорить. Но далеко не каждому это интересно. В какой-то степени подобная тактика мне напоминает СПАМ в Интернете.

Следующий момент. Даже если мы работаем в Интернете и находим там заинтересованных людей, уходит огромное количество времени на бесконечную переписку.

И еще одно. Это здорово, что многие сетевики сейчас выходят на просторы Интернета. Уже существует большое количество сайтов, принадлежащих сетевикам разных компаний. Обычно там можно увидеть информацию о компании, о продукции, о чем угодно, но только не о конкретном человеке.

Сетевой Маркетинг 2.0 в корне избавлен от подобных проблем. Первое на чем он базируется это нахождение своей целевой аудитории заинтересованной в получении от нас ценной бесплатной информации и создания с ней доверительных отношений.

Второе. Мы должны максимально автоматизировать процесс сортировки кандидатов при помощи умных e-mail автоответчиков и автоматических рассылок. Что экономит нам массу времени и нервов.

Третье. Личный брендинг. Его можно было поставить и на первое место. Люди хотят знать, с кем они имеют дело. Нужно уметь себя преподнести как отдельный самостоятельный бренд, персональную торговую марку.

Основными инструментами Сетевого Маркетинга 2.0 являются персональный сайт и собственная бесплатная рассылка. В последнее время наиболее эффективными считаются тематические блоги как дополнение к рассылке и сайту.

Эта концепция на самом деле позволяет создавать условия, когда люди сами

обращаются к нам с тем, чтобы стать нашим бизнес партнером либо приобрести продукцию со всеми вытекающими отсюда преимуществами.

Авторами концепции Сетевого Маркетинга 2.0 являются уважаемые мной люди, известные как в Интернете, так и за его пределами Дмитрий Смакотин и Екатерина Бокитько.