

При обсуждении темы сетевого маркетинга (СМ) часто можно услышать: "Это же обыкновенная пирамида! Успешны только те, кто у вершины!"

И во многих случаях так и есть. Вопрос только в том, какое отношение эти случаи имеют к **ОРИГИНАЛЬНОМУ** (честному) СМ?

Мне подобная аргументация и выводы очень напоминают ситуацию из 1-й серии кф "Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона". Помните, как в начале своего знакомства после "тщательных наблюдений" за Холмсом доктор Ватсон сделал выводы о его криминальности и ответ Холмса:

"Ватсон, Вы сделали, в общем-то, правильные выводы. Вы ошиблись только в знаке: надо было поставить ПЛЮС, а Вы поставили МИНУС – я не жулик, я сыщик."

=====

Есть оригинал, а есть клоны-реплики и откровенные подделки. И их всегда больше. И для своего выживания они обязаны быть более "агрессивными" и "крикливыми". Они были и будут. Поэтому, если не хочешь "вступить" - смотри под ноги - анализируй предлагаемый бизнес, так как оригинальные MLM-фирмы ведут коммерческую деятельность, подчиняющуюся обычным экономическим законам.

Есть несколько критериев, по которым можно отличить маскирующуюся под МЛМ финансовую пирамиду от легальной компании сетевого маркетинга (СМ). Коренной вопрос: **откуда деньги?**

Деньги в честном СМ появляются при **реализации** продукта/услуги с **реальными** потребительскими свойствами **конкретному** клиенту/потребителю по

обоснованной

цене. Здесь нет ноу-хау - классические товарно-денежные отношения - клиент отдает свои дензнаки в обмен на удовлетворение какой-либо своей потребности. Но произвести продукт – это даже не полдела, а 20-30%. 70-80% затрачивается на то, чтобы клиент мог потребить этот товар. Т.е. 70-80% денег потребителя оседает в системе распределения – у посредников. Отличия СМ от ТРАДИЦИОННОГО (корпоративного) маркетинга начинаются на этапе реализации продукции: КОРПОРАЦИЯ использует сеть посредников-
организаций
, СЕТЕВАЯ КОМПАНИЯ – сеть посредников-
потребителей
.

Обратите внимание, что когда мы говорим о существующей в настоящее время системе маркетинга, то постоянно употребляем термин "традиционный". А если вдуматься, то понятие ТРАДИЦИЯ - это то, что унаследовано от предыдущих поколений. Я хочу сказать, что существующая в настоящее время система маркетинга то, что большинством принимается как незыблемая данность не была такой в прошлом и не останется таковой в будущем. Каждому уровню развития общества соответствуют свои экономические отношения - экономическая эволюция:

1) лавка-магазин

2) универмаг

3) супермаркет

4) гипермаркет

Всё, приплыли. Дальше укрупняться и концентрироваться некуда, если только не согласитесь жить внутри МЕГАмаркетГОРОДА, но не случайно динозавры тоже оказались тупиковой веткой эволюции. Скорость технического прогресса постоянно нарастает и это "тянет" за собой всё остальное - эволюционируют старые формы маркетинга и появляются новые. => Неизбежно появление новых форм маркетинга -

быстрых (гибких) и распределённых (максимально **приближенных** к потребителю): интернет-маркетинг, MLM.

Сейчас мы живем в глобальном обществе товарного перепроизводства. Может не все заметили, но мы уже в нем. Теперь продвинутый производитель борется не за долю рынка, а за "долю умов". И личностный характер отношений с клиентом, который есть в СМ, становится ощутимым преимуществом в этой борьбе.

===== Из книги «Бизнес в стиле фанк» :

Во фрагментированном мире ниши становятся все меньше. Увеличивающаяся роль индивидуальных заказов в совокупности с развитием технологий и изменениями в системе ценностей означает, что микрорынки начинают преобладать над рынками массовыми. Следующим шагом будет индивидуализированное производство, индивидуализированный маркетинг.

=====

Более подробную информацию вы можете получить в моем бесплатном курсе **“Умные деньги для Свободных людей”**
– форма подписки на сайте.

=====

Еще по теме:

Как правильно выбрать МЛМ компанию?

Что такое Сетевой маркетинг 2.0

Кийосаки советует...