

СТАЛ ПРОФЕССИОНАЛОМ — ЧТО ДАЛЬШЕ?

Николай Латанский

Скудеют те, кто поверил, будто чего-то добился, будто чем-то владеет, кто стал посреди дороги, желая наслаждаться полученным.

Антуан де Сент-Экзюпери

В жизни многих специалистов независимо от сферы деятельности рано или поздно наступает момент, когда начинаешь понимать, что стал профессионалом. То есть досконально изучил рынок, превзошел всех конкурентов, завоевал неоспоримый авторитет среди сотрудников, побил все рекорды прогнозируемых продаж и изучил все, что можно было изучить в этом деле. Тебе пока еще удобно и комфортно в «родной» компании: каждый месяц получаешь зарплату, едешь на корпоративном автомобиле, пользуешься оплаченным телефоном. Но перспективы роста нет, а душа желает большего. Может просто найти другую работу, перейти на другие рынки, в другие регионы, заняться продвижением других продуктов? Но что-то подсказывает, что через два-три года будет та же неудовлетворенность.

Что дальше? Как правило, с этого момента ты начинаешь настойчивый поиск такого вида деятельности, который может принести желанное моральное удовлетворение и необходимый финансовый результат. Время от времени на этом пути тебе попадаются на первый взгляд странные специалисты, которые, как и ты, — представители сферы маркетинга, точно так же, как и ты, они занимаются продажами, но в отличие от тебя они могут стать миллионерами. Это представители относительно молодой и быстроразвивающейся сферы бизнеса — индустрии сетевого маркетинга. Мало кто знает, что эта система распространения товаров и услуг (она называется системой многоуровневого маркетинга, системой MLM или системой прямых продаж) как никакая другая является на сегодняшний день наиболее перспективной и самой быстрорастущей. По данным Всемирной Федерации Ассоциаций Прямых Продаж (WFDSA) только в США за прошлый год объем товарооборота в сетевом маркетинге составил примерно 28,7 млрд. долларов. В данном бизнесе занято около 13 млн. человек (около 3% населения!). А всего в мире (по данным WFDSA) в сетевом маркетинге работает в общей сложности 45 млн. независимых распространителей. Они реализуют широкий спектр товаров и услуг на общую сумму более 88 млрд. долларов. В Украине в этой индустрии занято 421 тыс. человек, годовой объем их продаж — 150 млн. долларов. Если

учесть, что этот бизнес возник сравнительно недавно, то можно предположить, что у него великое будущее. По прогнозам специалистов-аналитиков, уже в первой половине XXI века в западных странах около трети товаров и услуг будут реализовываться через систему сетевого маркетинга. В развивающихся странах этот показатель может составить 50%.

Исторически сложилось так, что сетевой маркетинг начался с товаров широкого пользования: предметов личной гигиены, косметики, витаминов, пищевых добавок, предметов домашнего обихода, товаров для отдыха и обучения. Начиная с 80-х годов прошлого века, постепенно увеличивается доля, приходящаяся на услуги (особенно в сфере телекоммуникаций), которые не регулируются государством: обслуживание по кредитным картам, финансовые услуги, страхование, юридические, а также туристические услуги.

Очевидным свидетельством того, что сетевой маркетинг уже сформировался как бизнес, служат и исследования, проведенные в Европейском Союзе компанией PriceWaterhouseCoopers. По данным этой организации сетевой маркетинг — это индустрия, опережающая свое время и предвидящая желание покупателей осуществлять покупки вне магазинов. PriceWaterhouseCoopers характеризует индустрию прямых продаж как устойчивую, хорошо организованную и регулируемую. Это же исследование показывает, что сетевой маркетинг обеспечивает покупателям стран Европейского Союза удобство в совершении покупок товаров и услуг высокого качества по доступной цене. PriceWaterhouseCoopers сообщает и о том, что индустрия сетевого маркетинга оказывает существенное влияние на экономику Европейского Союза, предлагая гибкий график работы миллионам людей, которые совершают товарооборот на миллиарды евро ежегодно.

Показательным является и тот факт, что торговые операции с акциями 20 крупнейших сетевых компаний осуществляются в рамках системы NASDAQ, а также на Нью-Йоркской, Лондонской и Токийской фондовых биржах.

Именно из бизнеса сетевого маркетинга в век неизбежного поглощения мелких компаний крупными компаниями и транснациональными корпорациями выходит наибольшее количество миллионеров. По сути, на сегодняшний день в США считается, что осуществление американской мечты наиболее реально, возможно и доступно практически для каждого только через построение своего бизнеса в системе многоуровневого маркетинга.

Действительно, для того чтобы рискнуть и попробовать себя в самостоятельном бизнесе, в сетевом бизнесе не нужен стартовый капитал в десятки тысяч дол-

ларов. Достаточно иметь \$200–300. И это все, что человек теряет в случае неудачи. Это не 50 или 100 тыс. долларов, которые необходимы в традиционном бизнесе, чтобы со временем выйти на зарплату в пару тысяч долларов в месяц, даже будучи владельцем бизнеса (в его традиционном варианте).

В стартовую сумму входит стоимость большинства широко признанных продуктов и услуг. Суть бизнеса состоит в устном предложении продуктов и услуг; причем система распространения предусматривает предоставление продуктов и услуг непосредственно от производителя к потребителю, минуя бесконечные цепочки оптовых и розничных посредников. Люди, работающие в сетевом маркетинге, продвигая продукты или услуги, получают вознаграждение, сумма которого равна расходам на рекламу крупных корпораций. Ведь их рассказ о товаре — лучшая реклама.

Именно потому, что бизнес сетевого маркетинга работает через рекомендации, а соответственно, и доверие потенциального клиента к продавцу, через эту систему возможно распространение товаров и услуг исключительно высокого качества и надежности. И если сетевая компания работает на рынке успешно несколько лет подряд, это говорит о том, что ее товар качественный.

В настоящее время для распространения своих товаров и услуг систему сетевого маркетинга пытается использовать большое количество компаний, но действительно преуспеть могут лишь те, которые предлагают рынку качественные продукты или услуги (не стыдно рекомендовать своим друзьям и знакомым).

Если посмотреть на сетевой маркетинг проще, то, по сути, это тот вид деятельности, которым человек неосознанно занимается всю свою жизнь, невольно рекомендуя окружающим то, что понравилось ему. Но когда мы рекомендуем нашим друзьям или знакомым посмотреть фильм или спектакль, попробовать определенный сорт пива или вина, приобрести одежду или технику определенной марки, посетить ту или иную страну и при этом остановиться в определенной гостинице, мы за это не получаем ничего, кроме слов благодарности. В сетевом же бизнесе слова благодарности дополняются еще и солидным вознаграждением.

Поскольку сетевой бизнес — это бизнес отношений, в нем происходит мощное развитие личностных качеств всех его участников. Здесь никто никого не может заставить работать; единственное, что можно сделать — найти «ключик» к каждому сотруднику и им мотивировать.

Есть немало примеров того, как авторитетные в обществе люди, будучи весьма успешными в традиционном бизнесе, долгое время не могли развить свой бизнес в системе сетевого маркетинга, используя традиционные методы руководства. И в то же время обычные домохозяйки, благодаря своим личным качествам, быстро находили лидеров для своего бизнеса и через несколько лет становились миллионерами.

Некоторым людям не нравится само слово «сеть». Но если посмотреть на развитие мировых корпораций,

можно увидеть, что их глобальный успех возможен исключительно благодаря «разбрасыванию» сетей своих представительств, дочерних предприятий, дилеров, супермаркетов, магазинов и ресторанов по всему миру. И если эти игроки в своем развитии делают ставку на принцип сети, то неудивительно, почему компании многоуровневого маркетинга еще более успешны, чем глобальные игроки из традиционного бизнеса.

Часто приходится слышать, что сетевой маркетинг прибылен только для тех, кто в нем оказался в числе первых. Действительно, если посмотреть на пирамидальный принцип распределения вознаграждения, то может показаться, что больше всего зарабатывают те, кто находится на вершине пирамиды. На самом деле, есть несколько систем распределения комиссионных, и на сегодняшний день основная часть сетевых компаний использует такой принцип распределения комиссионных, который справедливо отражает участие каждого участника в успехе структуры. Исходя из этого, специалист, который находится «вверху», далеко не всегда получает больше, чем остальные сотрудники его команды. Нередко можно наблюдать обратную ситуацию: сотрудник более высокого уровня получает доход меньше — обычно это происходит, когда он перестает работать над своим бизнесом, рассчитывая на то, что это сделают люди его команды.

Системы маркетинговых планов или компенсаций в сетевых компаниях — это глубоко продуманные и достаточно справедливые системы вознаграждения. Они позволяют построить собственный бизнес и выйти на внушительные обороты даже в тех компаниях, которые присутствуют на рынке определенной страны десятилетиями. Здесь успех целиком и полностью в руках предпринимателя, который избрал для себя этот вид деятельности как свой бизнес и строит его с полной ответственностью перед собой и своими сотрудниками.

Еще одним интересным отличием сетевого бизнеса является тот факт, что в системе MLM пропорционально карьерному росту увеличивается и свободное время. В традиционном же бизнесе (будь ты его собственником или наемным работником) из-за постоянно растущей ответственности свободного от работы времени становится меньше и меньше.

О сетевом маркетинге можно было бы рассказать еще много интересных фактов, но познать эту удивительную систему, предоставляющую грандиозные шансы каждому, можно, только ознакомившись с ней на деле, рассмотрев ее либо как возможность дополнительного дохода, либо как основной вид деятельности.

ОБ АВТОРЕ

Николай Латанский

выпускник Привилегированного Института Маркетинга (Великобритания). В прошлом — сотрудник отделов продаж и маркетинга международных корпораций: Siemens, Pratt & Whitney, Schneider Electric
E-mail: mykola@latansky.com
www.latansky.com