



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ : ΓΚΑΜΙΛΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Α.Μ: 4578

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΚΟΣΜΑΣ ΠΑΞΙΝΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.Οι αρχές του Δικτυακού Marketing.....	6σελ.
1.1Τα Σημεία ενός Καλού Συστήματος Δικτυακού Marketing.....	6σελ.
1.2ΜΥΣΤΙΚΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΣΤΗΝ ΔΟΥΛΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ.....	8σελ.
1.3ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΖΗΤΟΥΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ.....	20σελ.
1.4 ΟΙ ΒΑΘΜΙΔΕΣ ΤΗΣ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..	21σελ.
1.5 ΟΙ 7 ΜΥΘΟΙ ΤΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΝΑΔΟΧΗΣ ΣΑΣ.....	22σελ.
1.6 Τι είναι οι Απευθείας Πωλήσεις;.....	28σελ.
1.7 Τα Πλεονεκτήματα της Απευθείας Πώλησης.....	29σελ.
1.8 Κώδικας Πολιτικής Συνδέσμου Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων.	29σελ.
1.9 Διαφορές Νόμιμου Πολυεπίπεδου Μάρκετινγκ και Παράνομων Πυραμιδικών Σχημάτων.....	31σελ.
1.10 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΕ ΜΕ ΑΠΛΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING.....	33σελ.
1.11 Ο καθένας κάνει καθημερινά Δικτυακό Μάρκετινγκ.....	38σελ.
1.12 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΟ ΣΠΙΤΙ...	39σελ.
1.13 Επένδυση Χαμηλού Κεφαλαίου Μικρό ή Καθόλου Ρίσκο.....	46σελ.

1.14	ΑΠΟΚΑΛΥΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING.....	57σελ.
1.15	ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΜΑΣ.....	62σελ.
1.16	Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	64σελ.
1.17	<i>Μειονεκτήματα του Δικτυακού Μάρκετινγκ.....</i>	<i>69σελ.</i>
1.18	<i>9+1 Πλεονεκτήματα του Δικτυακού Μάρκετινγκ.....</i>	<i>71σελ.</i>
1.19	<u>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΕΔΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ</u>	74σελ.
1.20	<u>Τι είναι το MLM τελικά;</u>	75σελ.
1.21	<u>Δικτυακό Μάρκετινγκ και Πυραμίδες: Ποια είναι η διαφορά;</u>	87σελ.
1.22	<u>MLM: Οι περισσότεροι αποτυχαίνουν;</u>	92σελ.
1.23	<u>MLM: Ποιοι γίνονται πλούσιοι; Ποιοι δεν γίνονται;</u>	98σελ.
1.24	Πώς να επιλέξω μια εταιρία Δικτυακού Marketing;.....	103σελ.
2.	Η ιστορία της Amway.....	108σελ.
2.1	Το ξεκίνημα.....	108σελ.
2.2	Ανάλυση της επιχείρησης Amway.....	112σελ.
2.3	Πλάνο Ανεξάρτητης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Amway.....	124σελ.
2.4	Διάκριση.....	128σελ.
2.5	Προϊόντα.....	137σελ.
3.	Η ιστορία της AVON.....	142σελ.
3.1	Όραμα.....	142σελ.
3.2	Οι αρχές που οδηγούν την Avon	143σελ.
3.3	Η AVON στην Ελλάδα.....	144σελ.
3.4	Η AVON κάνει και διαφορές εκστρατείες	145σελ.

3.5 Καριέρα στην AVON.....	149σελ.
3.6 Εργασιακό περιβάλλον της Avon.....	150σελ.
4. Forever Living.....	151σελ.
4.1 Το Όνειρό σας, ο Στόχος Μας.....	151σελ.
4.2 Η Ιστορία της Εταιρείας.....	152σελ.
4.3 Ιστορικό εταιρείας.....	155σελ.
4.4 Οι αρχές του Δικτυακού Marketing (MLM) για την forever living....	158σελ.
5. <u>ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ</u>	161σελ.
6. <i>ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΟ ΣΠΙΤΙ....</i>	182σελ.
6.1 Επένδυση Χαμηλού Κεφαλαίου Μικρό ή Καθόλου Ρίσκο.....	188σελ.
7. Αμερικάνικες MLM εταιρίες.....	194σελ.

Πρόλογος

Ύστερα από ένα μεγάλο διάστημα εργασιών συντάξαμε και παρουσιάζουμε τη παρακάτω εργασία. Μια εργασία που σκοπό έχει να αναδείξει και να παρουσιάσει το δικτυακό μάρκετινγκ σε όλους του τους τομείς. Η επιλογή ανάπτυξης του συγκεκριμένου θέματος μας ενδιαφέρει και μας ενδιέφερε ύστερα απ'τα όσα αποκομίσαμε και ακούσαμε απ'τον υπεύθυνο καθηγητή μας κ.Παξινό.

Το δικτυακό μάρκετινγκ εξελίσσεται σε μια μεγάλη και νέα μορφή εμπορίου. Το παραδοσιακό εμπόριο περνάει κρίση εδώ και χρόνια. Οι έμποροι και οι καταναλωτές μοιάζουν σαν δύο άσπονδοι εχθροί, αφού δεν υπάρχει ο πολύτιμος συνδυασμός, αυτός δηλαδή που κάνει το δικτυακό μάρκετινγκ προσιτό και φιλικό προς τον άνθρωπο. Όπως είδαμε το παραδοσιακό εμπόριο δεν συνδυάζει το τρίπτυχο της επιτυχίας δηλαδή ποιότητα, τιμή και αποδοτικότητα. Πάντα γίνεται συνδυασμός δύο χαρακτηριστικών και πολλές φορές ενός. Σε αντίθεση με το δικτυακό μάρκετινγκ όπου πάντα γίνεται συνδυασμός και των τριών. Ο νέος αυτός τρόπος εμπορίου συνδυάζει χρόνο, ποιότητα καθώς και ένα μεγάλο σύνολο απολαβών προς τον καθένα που ασχολείται με την νέα αυτή πρόταση. Απολαβές οικονομικές και ποιοτικές, όχι μόνο σε ότι έχει να κάνει με την απλή έννοια της ποιότητας, αλλά και των ιδιοτήτων που έχουν τα προϊόντα του δικτυακού μάρκετινγκ, σε σχέση με τα αντίστοιχα του παραδοσιακού εμπορίου. Σε ένα κόσμο στον οποίο μέχρι πρότινος κυριαρχούσε ο υπερκαταναλωτισμός και η σπατάλη, με μειωμένο ελεύθερο χρόνο για τον άνθρωπο, με αποτέλεσμα να χάνονται στο βωμό του κέρδους και του χρήματος οι αξίες της ζωής, παρουσιάστηκε η πρόταση του δικτυακού εμπορίου. Εξασφαλίζοντας τη ποιότητα των προϊόντων, παράλληλα με τις θεραπευτικές τους δυνατότητες, την εξοικονόμηση χρόνου και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στον άνθρωπο, που εκτός από καταναλωτής γίνεται πωλητής και ταυτόχρονα όχι μόνο να καταναλώνει αλλά και να αποκομίζει χρόνο και χρήμα. Σίγουρα τα πράγματα πλέον έχουν αλλάξει. Η οικονομική κρίση έχει φέρει αλλαγές στο κόσμο του εμπορίου. Όμως μέσα από αυτή την εργασία καταλάβαμε πως όλα τείνουν στο δικτυακό εμπόριο. Δεν υπάρχει τίποτα άλλο στο τομέα του εμπορίου που να συνδυάζει χρόνο, χρήμα, τιμές, ευκαιρίες, φιλικότητα προς το περιβάλλον και ποιότητα. Παράλληλα είδαμε τις δυνατότητες για τη εξασφάλιση κέρδους, μόνιμου, εφ'όρου ζωής για το καταναλωτή που θα αποφασίσει να γίνει πωλητής. Κάτι που ακούγεται δελεαστικό αν

δούμε το πώς διαγράφεται το μέλλον. Οι συντάξεις φαίνεται να εξαφανίζονται στο μέλλον, τα ταμεία αδειάζουν από την οικονομική κρίση και ο άνθρωπος είναι μετέωρος. Αντίθετα οι εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ επιστέφουν χρήμα από τις αγορές μόνιμο και μεταβιβάσιμο. Μια μικρή βοήθεια η οποία γίνεται εύκολα μεγάλη! Αντιληφθήκαμε το πώς κάποιος μπορεί να βγει από το <<μαγκανοπήγαδο>>.

Θ θέλαμε να τονίσουμε πως η εργασία μας στηρίχθηκε στις πληροφορίες που υπάρχουν στο διαδίκτυο και σε πληροφορίες που μας έδωσαν συνάνθρωποί μας οι οποίοι έχουν ασχοληθεί ενεργά με το τομέα του δικτυακού μάρκετινγκ. Σημαντική βοήθεια για μας αποτέλεσαν τα μαθήματα και οι γνώσεις τις οποίες αποκομίσαμε από τα μαθήματα του οικονομικού κύκλου της σχολής μας και από τους εκάστοτε καθηγητές, οι οποίοι μας πρόσφεραν σημαντικά εφόδια κρίσης και αξιολόγησης του εμπορίου σε όλες του τις μορφές, ως υπόβαθρο για να μπορέσουμε να αντιληφθούμε τις έννοιες του εμπορίου, τις μορφές του και των στοιχείων που το διέπουν.

1.Οι αρχές του Δικτυακού Marketing

Υπάρχουν πολλές εταιρείες που προσφέρουν ευκαιρίες για ανάπτυξη μέσω Δικτυακού Marketing, αλλά πολύ λίγες από αυτές είναι καταξιωμένες και έχουν αποδείξει την μεγάλη τους σταθερότητα στο χρόνο. Η Forever Living Products είναι σε αυτόν το χώρο εδώ και 27 χρόνια και έχει αποδείξει την άριστη ποιότητα των προϊόντων της, καθώς και το επιτυχημένο της Marketing Plan, σε πάνω από 8 εκατομμύρια Συνεργάτες της σε παγκόσμια κλίμακα.

Σας παραθέτουμε την παρακάτω λίστα για να σας καθοδηγήσει να βρείτε αυτό που ψάχνετε στο χώρο του Δικτυακού Marketing:

1.1 Τα Σημεία ενός Καλού Συστήματος Δικτυακού Marketing

Ποιοτικά Προϊόντα

Μια καλή σειρά προϊόντων είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία που κάνει μια επιχείρηση να διαφέρει από τις άλλες. Είναι δύσκολο να είσαι αξιόπιστος, όταν την ίδια στιγμή που πουλάς φίλτρα νερού, πουλάς και παπούτσια. Μια εταιρεία πρέπει να έχει ποιοτικά προϊόντα που διατηρούν τη φήμη τους ανεξάρτητα από την τιμή τους ή τα κίνητρα με τα οποία προσφέρονται. Ψάξτε για τον αποδεδειγμένο ηγέτη της αγοράς.

Όχι Προσπεράσματα

Κανένας από το δίκτυό σας δεν θα μπορέσει ποτέ να σας ξεπεράσει, και να βρεθεί σε υψηλότερο επίπεδο από εσάς. Αν κάποιος Συνεργάτης του δικτύου σας κάνει πολλές αγορές, τότε αυτόματα ανεβάζουν κι εσάς στο επόμενο επίπεδο. Ψάξτε για εκείνο το

Σύστημα Marketing που έχει φτιαχτεί για να επιβραβεύει εκείνους που βάζουν στην ομάδα τους ανερχόμενα αστέρια.

Δεν χάνετε τη θέση σας

Ο Συνεργάτης που μένει ανενεργός, δηλαδή εκτός πωλήσεων, ποτέ δεν υποβιβάζεται ή χάνει τη θέση του. Από τη στιγμή που κάποιος ανεβαίνει σε συγκεκριμένο επίπεδο, μπορεί να παραμείνει εκεί. Ένα καλό Σύστημα Marketing σας αφήνει να ξεκουραστείς όταν το χρειάζεστε.

Απόδοση Μπόνους στη Λιανική Τιμή του Προϊόντος

Τα Μπόνους πρέπει να βασίζονται στις λιανικές τιμές των προϊόντων και όχι στη χονδρική τιμή που αγοράζουν οι Συνεργάτες. Αυτό σημαίνει περισσότερα χρήματα στο Συνεργάτη.

Αποδεδειγμένη Οικονομική Σταθερότητα - Μια συνεχόμενα σταθερή ανάπτυξη αποτελεί πάντα ένα σημάδι για μια εταιρεία με καλό Δικτυακό Marketing. Είναι πολύ χρήσιμο να γνωρίζουμε την οικονομική κατάσταση της εταιρείας. Πάντα να αναζητάτε το διάγραμμα ανάπτυξης της εταιρείας, τα νούμερα πωλήσεων και τους μελλοντικούς στόχους της. Επίσης, δείτε το ιστορικό των πωλήσεων καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της εταιρείας.

5 χρόνια Ελάχιστη Εμπειρία στο Χώρο

Ένα καλά καθιερωμένο Σύστημα Δικτυακού Marketing θα πρέπει να έχει εμπειρία τουλάχιστον πέντε χρόνων και σταθερή ανάπτυξη κατά τη διάρκεια λειτουργίας του. Ένα καλά στημένο MLM θα αντέξει τους πρώτους κρίσιμους 18 μήνες, με σταθερή διοίκηση και δυνατό Σύστημα Marketing, δυναμικούς συνεργάτες και ποιοτικά προϊόντα.

Πολλαπλές Ευκαιρίες για Αύξηση Εισοδήματος

Μαζί με τις ποικίλες ευκαιρίες αύξησης εισοδήματος που προσφέρονται στο συνεργάτη, υπάρχει ακόμα και το πλεονέκτημα ότι μπορείτε να δουλεύετε λίγες ώρες (μερική απασχόληση) ή πλήρες ωράριο ακόμα και από το σπίτι. Βασικό πλεονέκτημα για όσους ασχολούνται με το Δικτυακό Marketing, είναι το γεγονός ότι μπορείτε να πολλαπλασιάσετε τις ευκαιρίες για να βγάλετε περισσότερα χρήματα. Καθώς ψάχνετε

για ένα καλό MLM, κοιτάζετε να προσφέρει το δικαίωμα για πρόσθετα μόνους, όπως και αυτό από τη συμμετοχή στα κέρδη (profit share), μόνους ηγεσίας κι άλλα.

Καταναλωτικά Προϊόντα

Προϊόντα που καταναλώνονται εύκολα και καθημερινά, είναι ιδανικά για μια δικτυακή επιχείρηση, αφού εύκολα μπορείτε να δημιουργήσετε πιστούς πελάτες που θέλουν να αγοράζουν συστηματικά αυτά τα προϊόντα. Ευχαριστημένοι και τακτικοί πελάτες είναι η βάση για μια επιτυχημένη επιχείρηση στο Δικτυακό Marketing. Αυτό μπορεί μόνο να βασιστεί πάνω σε ποιοτικά προϊόντα. Για παράδειγμα, είναι πολύ δύσκολο να εκπροσωπείτε μια εταιρεία που πουλάει συναγερμούς για το σπίτι.

Δίκτυο Εκτεταμένης Υποστήριξης

Ένα δίκτυο εκτεταμένης υποστήριξης παίζει πολύ κρίσιμο ρόλο στην επιτυχία της επιχείρησης με MLM. Αυτό σημαίνει καλή εξυπηρέτηση συνεργατών, εκπαιδευτικά σεμινάρια, επιπλέον κίνητρα ή γενικότερα, ευκαιρίες για καλύτερη ανάπτυξη της επιχείρησής σας. Η δική σας επιτυχία αντιπροσωπεύει την επιτυχία της εταιρείας, επομένως το σύστημα υποστήριξης θα πρέπει να βασίζεται σε αυτή την ιδέα.

Διεθνής Παρουσία

Μια εταιρεία που λειτουργεί σε παγκόσμιο επίπεδο δείχνει ανάπτυξη, αξιοπιστία και ποιοτικά προϊόντα. Αυτό οφείλεται στην τεράστια πείρα της εταιρείας στο χώρο. Οι περισσότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται διεθνώς έχουν επιδείξει σταθερότητα και έχουν αποκτήσει πλούσια εμπειρία.

1.2 ΜΥΣΤΙΚΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΣΤΗΝ ΔΟΥΛΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Οι κοσμογονικές αλλαγές, που σαρώνουν την παγκόσμια οικονομία, είναι φυσικό να επιδρούν στα οικονομικά μεγέθη των διαφόρων χωρών, δημιουργώντας σημαντικές ανακατατάξεις στις εγχώριες οικονομίες. Οι εταιρείες με χαρακτηριστικά εσωστρέφειας, δεν μπορούν να διακρίνουν τις σαρωτικές αλλαγές που συμβαίνουν ΣΗΜΕΡΑ κιάλας, στα κανάλια διανομής, στο σχεδιασμό προϊόντων, στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, στην

Τεχνολογία, στις ταχύτατα εξελισσόμενες επιστημονικές μεθόδους Marketing και Διαφήμισης. Ελίξεις που συμβαίνουν έξω από αυτές ,αλλά που αργά ή γρήγορα θα κτυπήσουν και τη δική τους πόρτα.

Όλα αυτά σηματοδοτούν την ανάγκη οι εταιρείες να επανεξετάσουν και πολλές φορές να αναθεωρήσουν , Στόχους , Στρατηγικές , Μεθόδους και Πρακτικές λειτουργίας, άλλοτε απαρχαιωμένες και άλλοτε μη αποδοτικές. Βιώσιμες και αποδοτικές θα βγουν οι Επιχειρήσεις που ικανοποιούν καλύτερα τους πελάτες τους. Σήμερα μια έξυπνη Επιχείρηση, δεν την ενδιαφέρουν μόνο οι πωλήσεις, αλλά η επένδυση σε μακροχρόνιες ικανοποιητικές σχέσεις με τους πελάτες της, που βασίζονται στην εξυπηρέτηση, την ποιότητα και την αξία.

Η γνωστή η φράση ενός γκουρού του marketing,είναι χαρακτηριστική :

« Υπάρχουν τρεις τύποι Επιχειρήσεων :

- *εκείνες που κάνουν τα πράγματα να συμβούν,*
- *εκείνες που παρακολουθούν αυτά που συμβαίνουν, και*
- *εκείνες που αναρωτιούνται τι συνέβη».*

Επειδή είμαι βέβαιος ότι δεν θα θέλατε να ανήκετε στην Τρίτη κατηγορία, προσέξτε τα 7 Μικρά Μυστικά του marketing, χρήσιμα από την πιο μικρή μέχρι την πιο μεγάλη Επιχείρηση, που ελπίζω ότι θα βοηθήσουν να κατανοήσετε καλύτερα την θέση σας στο νέο και συνεχώς εξελισσόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και τις λειτουργίες του μικρόκοσμου της δικής σας επιχείρησής.

ΠΡΩΤΟ ΜΥΣΤΙΚΟ : ΚΑΤΑΝΟΕΙΣΤΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΑΣ

Ένα μεγάλο λάθος που κάνουν πολλοί ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων, είναι ότι ορισμένες φορές «μπαίνουν» σε μια δουλειά, είτε αυτή είναι παραγωγή ή εμπορία ενός προϊόντος, είτε δημιουργία μιας υπηρεσίας, χωρίς πρώτα να έχουν κατανοήσει την «αγορά» του χώρου αυτού: δηλαδή τι πραγματικά επιθυμεί αυτή η αγορά - ΚΑΙ ΟΧΙ τι χρειάζεται ή έχει ανάγκη.

Είναι βασικό να ΜΗΝ συγχέεται τις «Επιθυμίες» με τις «Ανάγκες». Οι άνθρωποι δεν αγοράζουν οπωσδήποτε αυτά που έχουν ανάγκη, αλλά κυρίως αυτά που επιθυμούν. Για παράδειγμα..:

...δεν σας έτυχε ποτέ, να γνωρίσετε κάποιον ή κάποια, που ξεκίνησε να αγοράσει ένα ζευγάρι παντόφλες, που είχε ανάγκη και τελικά να γυρίσει σπίτι, με ένα πουκάμισο, σακάκι και παπούτσια. Η τι γίνεται με τον πελάτη του S/M, που πάει να αγοράσει ένα γάλα και επιστρέφει με μπισκοτάκια, χυμούς, συκωτάκια γαλοπούλας και άλλα προϊόντα.

Οι άνθρωποι αγοράζουν πάντα ότι επιθυμούν (ακόμα και όταν δεν έχουν χρήματα) και όχι ότι χρειάζονται. Αν προσπαθήσετε να πουλήσετε κάτι που ο κόσμος δεν επιθυμεί να αγοράσει, είναι φυσικό ότι δεν θα μπορέσετε ποτέ να το πουλήσετε. Άλλο παράδειγμα...:

...Είναι προφανές ότι αν επιχειρήσετε σήμερα να πουλήσετε μαυρόασπρες τηλεοράσεις, θα σας περάσουν για γραφικό...Είναι αμφίβολο μάλιστα αν θα καταφέρετε να δώσετε, έστω και μία δωρεάν. Αντίθετα, αν επιχειρήσετε να πωλήσετε τηλεοράσεις τύπου plasma, θα βρεθούν πολλοί αγοραστές - ακόμα κι αν είναι ακριβότερες -, ενώ και οι μη δυνάμενοι να τις αγοράσουν, είναι βέβαιο ότι επιθυμούν να το κάνουν, μόλις αποκτήσουν την οικονομική δυνατότητα.

Μια επικερδής «αγορά», αποτελείται από ανθρώπους, οι οποίοι έχουν ΕΝΤΟΝΕΣ Επιθυμίες, οι οποίες όμως παραμένουν ΑΝΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΕΣ. Τόσο ανικανοποίητες, που θα τρέξουν να αγοράσουν την δική σας πρόταση - λύση, είτε είναι προϊόν είτε Υπηρεσία.

Μια επικερδής «αγορά» , είναι μια λίμνη με χιλιάδες πεινασμένα ψάρια. Το μόνο που χρειάζεται να κάνετε, είναι να ρίξετε το δόλωμα και να αρχίσετε το φαγοπότι.

Για να κατανοήσετε την αγορά σας, πρέπει να θέσετε στον εαυτό σας, τα πιο κάτω ερωτήματα :

- ∇• Υπάρχουν στην «αγορά» μου τομείς, οι οποίοι εξυπηρετούνται ή όχι ?
- ∇• Υπάρχουν στην «αγορά» μου τομείς, για τα προϊόντα μου ικανοί σε μέγεθος για να βγάλω λεφτά?
- ∇• Πόσο μερίδιο αυτής της «αγορά» χρειάζεται να καταλάβω, ώστε να καλύψω πρώτα τα έξοδά μου.?
- ∇• Ο ανταγωνισμός που υπάρχει στην «αγορά» μου, μου επιτρέπει να είμαι κερδοφόρος ή βιώσιμος.?
- ∇• Ποια είναι τα αδύνατα σημεία του ανταγωνισμού , που μπορώ να εκμεταλλευτώ?
- ∇• Η «αγορά» εκτιμά και θέλει την δική μου ανταγωνιστική πρόταση ?

ΜΥΣΤΙΚΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΤΑΝΟΕΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ

Το να κατανοήσετε βαθιά τους πελάτες σας - ακόμα και έναν-έναν χωριστά, είναι το πρώτο βήμα για εύκολες πωλήσεις.

Έως ότου κατανοήσετε

- Ποιος είναι ο πελάτης σας
- Τι επιθυμεί και
- Τι είναι αυτό που τον παρακινεί να αγοράσει από εσάς,

Μέχρι τότε , δεν μπορείτε να ετοιμάσετε ένα αποτελεσματικό marketing plan.

Για να αρχίσετε να κατανοείτε τους πελάτες σας, πρέπει να υποβάλλεται στον εαυτό σας τα παρακάτω ερωτήματα τέτοια όπως :

- Με ποιο τρόπο ένας πιθανός πελάτης μου, αγοράζει σήμερα τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά προϊόντα (από μαγαζί- από το Διαδίκτυο - από Πωλητή - από telemarketing ?)
- Ποιος είναι ο κύριος αγοραστής και αυτός που επηρεάζει την διαδικασία αγοράς (η σύζυγος, η γραμματέας, ο πωλητής, ο βοηθός)..?
- Τι είδους προφίλ έχουν οι πελάτες μου..? π.χ τι οικονομικού ή μορφωτικού επιπέδου είναι ή ακόμα από πού ενημερώνονται (εφημερίδες, περιοδικά, τηλεόραση)
- Ποιο είναι το κίνητρο της « ομάδας στόχου» των πελατών μου για να αγοράσουν (να φαίνονται όμορφοι, να γίνουν πλούσιοι, να είναι υγιείς, να είναι δημοφιλείς, να είναι ανταγωνιστικοί.)

Αυτό το συστατικό στοιχείο του marketing, η «ικανοποίηση» δηλαδή των «ανθρωπίνων επιθυμιών», έχει εκφραστεί από χιλιάδες επιχειρήσεις, ως Αρχή τους ή σύνθημά τους. Ας δούμε μερικά:

« Εσύ είσαι το αφεντικό » United Airlines

« Το φτιάχνουμε όπως σε βολεύει » Burger King

« Αγάπα τον πελάτη ,όχι το προϊόν »

« φτιάξε αυτό που θα πουλήσει, αντί να προσπαθείς να πουλήσεις αυτό που θα φτιάξεις »

Ιάπωνας μάλιστα επιχειρηματίας έφτασε στο σημείο να δηλώνει :

« Οι Στόχοι μας πάνε πέρα από την ικανοποίηση του πελάτη. Σκοπός μας είναι ο ενθουσιασμός του πελάτη»

Γιατί όμως είναι τόσο σημαντικό και ζωτικό θα έλεγα - για μια επιχείρηση γεγονός - η ικανοποίηση του πελάτη...?

Για ένα και μόνο απλό λόγο , που τον γνωρίζετε και εσείς...

.....Για το Κέρδος...!

Και το εξηγώ.:

Οι πελάτες μιας εταιρείας είναι δύο ειδών : οι *Παλαιοί Πελάτες* και οι *Νέοι Πελάτες*. Επειδή όμως το κόστος προσέλκυσης Νέων Πελατών είναι πάντοτε πολύ μεγαλύτερο από αυτό της διατήρησης των Παλαιών Πελατών, φροντίστε να κρατάτε τους πελάτες σας με χέρια και με δόντια....Μ' αυτήν την μέθοδο έχετε την ελπίδα ότι κάποτε θα φτάσετε στο σημείο να έχετε την πολυτέλεια

, να διαπραγματευτείτε με καλύτερους όρους με τους λιγότερο αποδοτικούς πελάτες.

Το μυστικό της διατήρησης των πελατών είναι η Ικανοποίησή τους. Ο Ικανοποιημένος πελάτης :

- ∇• Αγοράζει ξανά
- ∇• Λέει καλά λόγια στους άλλους για την εταιρεία
- ∇• Δίνει λιγότερη σημασία στα προϊόντα και την διαφήμιση του ανταγωνισμού.
- ∇• Αγοράζει και άλλα προϊόντα της ίδιας Εταιρείας

ΜΥΣΤΙΚΟ ΤΡΙΤΟ : ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΣΑΣ «ΓΩΝΙΤΣΑ»

.....στο μυαλό του υποψήφιου πελάτη σας. Δημιουργείστε χώρο στο μυαλό του υποψήφιου πελάτη σας, για το προϊόν σας ,την υπηρεσία σας ή ακόμα και για το άτομό σας. Υπάρχουν αρκετές στρατηγικές για τον σκοπό αυτό, αλλά ελπίζω να δοθεί μια άλλη ευκαιρία για να τους αναλύσουμε.

Γεγονός είναι ότι κυρίαρχη ιδέα στο να καταλάβετε θέση στο μυαλό του πελάτη σας είναι η **διαφοροποίηση**.

Η διαφοροποίηση αφορά, το προϊόν , την υπηρεσία , την εικόνα ακόμα και το προσωπικό μιας επιχείρησης.

Πολλοί ειδικοί ισχυρίζονται ότι μια επιχείρηση πρέπει να αναπτύξει μόνο μία πρόταση διαφοροποίησης στην οποία και πρέπει σταθερά να επιμένει. Κάθε

επιχείρηση ή προϊόν πρέπει να επιλέξει μία ιδιότητα και να αρχίσει να διαφημίζεται, ότι είναι το καλύτερο σε σχέση με αυτήν. Οι καταναλωτές έχουν την τάση να θυμούνται το «No ένα» από τα πλεονεκτήματα, κυρίως λόγω της πληθώρας των μηνυμάτων. Τα κυριότερα από τα «No ένα» πλεονεκτήματα είναι : η «καλύτερη ποιότητα», η «καλύτερη εξυπηρέτηση», η «χαμηλότερη τιμή», η «υψηλότερη αξία», η « πιο προηγμένη τεχνολογία». Η οδοντόκρεμα Crest για παράδειγμα, προωθεί την προστασία ενάντια στα σφραγίσματα, ενώ η Mercedes προωθεί την εκπληκτική ποιότητα κατασκευής των αυτοκινήτων της.

Μπορείτε να είστε δικηγόρος εξειδικευμένος σε «αστικές υποθέσεις» ή ένας «ιατρικός επισκέπτης» ή ένας «εργάτης βιομηχανίας». Εσείς αποφασίζετε. Βεβαιωθείτε όμως πως έχετε διαλέξει μια «κόγχη» που σας ενδιαφέρει , σας ταιριάζει και είναι εύκολο να επικοινωνήσετε μαζί της. Όση βαρύτητα και να επιχειρήσω να δώσω στο σημείο αυτό, δεν είναι αρκετή. Δεν υπάρχει τίποτα πιο καταστροφικό, απ' το να διαλέξετε μια γωνιά, με την οποία δεν μπορείτε να επικοινωνήσετε ή θα σας κοστίσει πολύ να επικοινωνήσετε

Αν ισχυριστείτε ότι «πελάτης στόχος» σας. Μπορεί να είναι ο ΚΑΘΕΝΑΣ, τότε πελάτης σας δεν θα είναι ΚΑΝΕΝΑΣ. Η αγορά είναι ασφυκτικά γεμάτη από ανταγωνισμό. Έτσι, νομίζω ότι θα έχετε μεγαλύτερη επιτυχία και μεγαλύτερη πιθανότητα να επιζήσετε, πηδώντας σε μια λακούβα με νερό, παρά σε έναν ωκεανό. Εξασφαλίστε την δικιά σας γωνιά και βάλτε σαν πρώτο στόχο να επικρατήσετε σε αυτήν, κατόπιν ίσως αποφασίσετε να πάτε σε μια δεύτερη (ποτέ όμως πριν κυριεύσετε και επικρατήσετε στην πρώτη)!

ΜΥΣΤΙΚΟ ΤΕΤΑΡΤΟ : ΑΝΑΠΤΥΞΕΤΕ ΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΑΣ ΜΗΝΥΜΑ

Το «Επικοινωνιακό σας Μήνυμα» ή αλλιώς «Μήνυμα marketing», δεν λέει μόνο στους υποψήφιους πελάτες σας τι κάνετε, αλλά τους προτρέπει ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ πελάτες σας. Θα πρέπει να αναπτύξετε δύο τύπους μηνυμάτων marketing:

Το **πρώτο μήνυμα** πρέπει να είναι σύντομο και επί του θέματος. Το έχουν αποκαλέσει και «ομιλία ασανσέρ» ή και «ακουστικό λογότυπο». Είναι η απάντηση σε κάποιον που σας ρωτά «Με Τι ακριβώς Ασχολείστε ?»

Το **δεύτερο μήνυμα**, είναι το πλήρες επικοινωνιακό σας μήνυμα, το οποίο θα περιλαμβάνεται σε όλα σας τα υλικά marketing και κάθε προβολή σας. Για να κάνετε το μήνυμά σας marketing, επιβλητικό και πειστικό πρέπει να περιέχει τα ακόλουθα στοιχεία:

- "1. Μια εξήγηση (ερμηνεία), του προβλήματος των υποψηφίων πελατών σας.
- "2. Αποδείξτε ότι το πρόβλημα είναι τόσο σημαντικό, που πρέπει να λυθεί τώρα , αμέσως , χωρίς καθυστέρηση.
- "3. Μια ερμηνεία , όσον αφορά το γιατί είστε το μόνο άτομο ή επιχείρηση, που μπορεί να τους λύσει το πρόβλημα.
- "4. Μια εξήγηση (ανάλυση) των πλεονεκτημάτων που θα έχει, χρησιμοποιώντας τη δική σας λύση ή πρόταση.
- "5. Παραδείγματα και πειστήρια από ανθρώπους (πελάτες), που βοηθήθηκαν από εσάς με παρόμοια προβλήματα.
- "6. Μια ερμηνεία όσον αφορά τις τιμές, προμήθειες και τρόπους πληρωμής.

"7. Την ανεπιφύλακτη εγγύησή σας.

ΠΕΜΠΤΟ ΜΥΣΤΙΚΟ: ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΦΟΡΕΑ MARKETING

Θυμάστε όταν ανέφερα το πόσο κρίσιμο είναι να επιλέξετε την δική σας «γωνιά» στο μυαλό του υποψήφιου πελάτη σας, στην οποία εύκολα μπορείτε να επικοινωνήσετε? Όταν πρόκειται τώρα να επιλέξετε τον φορέα marketing, θα καταλάβετε γιατί είναι τόσο σημαντική η προηγούμενη συμβουλή.

Ο φορέας marketing ,είναι το όχημα το οποίο χρησιμοποιείτε για να μεταφέρει το επικοινωνιακό σας μήνυμα. Είναι πολύ σημαντική και κρίσιμη η επιλογή του φορέα, καθώς σας δίνει την «υψηλότερη» επιστροφή της δαπάνης marketing. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να επιλέξετε το μέσον εκείνο, το οποίο παραδίδει το επικοινωνιακό μήνυμά σας, σε όσο το δυνατόν περισσότερους υποψήφιους πελάτες της «γωνιάς» σας, με το χαμηλότερο δυνατόν κόστος.

Τα παρακάτω αποτελούν μερικά από τα εργαλεία που έχετε στην διάθεσή σας, για να κρατάτε το μήνυμά σας στην επικαιρότητα.

Εφημερίδες - περιοδικά - Τηλεόραση - Ραδιόφωνο - Αγγελίες - Αφίσες - Επιστολές - Κάρτες - Προσπέκτους - Επιχειρηματική Κάρτα - Ταμπέλες - Σημείες - Δελτία Τύπου - Δειγματισμοί - Συσκευασίες - Happenings - Κατάλογοι - Εκθέσεις - Επιδείξεις - Telemarketing - E-mails - Website - Διοργάνωση Λαχειοφόρων -

Επιχειρηματικό Δώρο - Άρθρα σε Έντυπα και πολλά άλλα.....

Το κόλπο όμως , είναι να μεταφέρετε το μήνυμά σας, χρησιμοποιώντας το σωστό μέσο. Θα ήταν λάθος να διαφημιστείτε σε μία κοινωνία συνταξιούχων με ένα θορυβώδες ραδιοφωνικό μήνυμα ή σε έναν ραδιοφωνικό σταθμό μουσικής ραπ. Είναι εντελώς αταίριαστα η αγορά , το μήνυμα και το μέσον. Η επιτυχία έρχεται με το σωστό ταίριασμα των τριών αυτών στοιχείων.

**ΜΥΣΤΙΚΟ ΕΚΤΟ : ΘΕΣΤΕ ΣΤΟΧΟΥΣ,... ΣΤΟΧΟΥΣ,.....
ΣΤΟΧΟΥΣ**

Η θέσπιση στόχων είναι κρίσιμοι για τη επιτυχία σας . Μια «ευχή» είναι ένας ανομολόγητος στόχος. Εάν δεν καταγράψετε τους στόχους σας, θα συνεχίζετε μόνιμα να εύχεστε για την επιτυχία.

Όταν θέτετε στόχους χρησιμοποιείτε την έξυπνη συνταγή :

Βεβαιωθείτε ότι οι στόχοι σας είναι:

1. Λογικοί 2. Μετρήσιμοι 3. Εφικτοί 4. Ρεαλιστικοί και 5. Χρονικά Ακριβείς

Οι στόχοι σας πρέπει να περιλαμβάνουν οικονομικά στοιχεία όπως :

Ετήσιες πωλήσεις, Μικτό Κέρδος, Πωλήσεις/Πωλήτή, Πωλήσεις/Τρέχον μέτρο Ραφίου κλπ ανάλογα με το είδος της επιχείρησης. Πρέπει όμως ν

περιλαμβάνουν και ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία ,όπως πωληθέντα τεμάχια ή διαμόρφωση της δομής του πελατολογίου κλπ.

ΜΥΣΤΙΚΟ ΕΒΔΟΜΟ : ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙΣΤΕ ΤΟΝ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ ΣΑΣ MARKETING

Ένας προϋπολογισμός marketing, μπορεί να αναπροσαρμοσθεί πολλές φορές ανάλογα με το πόσο ακριβείς θέλετε να είστε ή να έχετε μια σφαιρική εκτίμηση του κόστους σας. Καμιά φορά το καλύτερο είναι να κάνετε και τα δύο : πρώτα να κάνετε μια γενική σφαιρική προσέγγιση και κατόπιν να προσαρμόσετε και να προσθέσετε περισσότερες λεπτομέρειες.

Αν είστε στην δουλειά πάνω από ένα χρόνο και αναζητάτε τις σχετικές με το marketing δαπάνες σας, μπορείτε εύκολα να υπολογίσετε το «κόστος ανταπόκρισης πελάτη» ή το «κόστος πώλησης» ενός προϊόντος διαιρώντας τον ετήσιο τζίρο και τα έξοδα marketing με τον αριθμό των μονάδων που πουλήθηκαν (ή των αποκτηθέντων πελατών).

Το επόμενο βήμα είναι να πάρετε το κόστος πώλησης μιας μονάδας (ή απόκτησης ενός πελάτη) και απλώς να το πολλαπλασιάσετε με τις μονάδες που πουλήσατε (ή τους πελάτες που αποκτήσατε). Το αποτέλεσμα αυτού του υπολογισμού θα σας δώσει μια σφαιρική εκτίμηση του τι χρειάζεστε να επενδύσετε, για να επιτύχετε τους στόχους του επόμενου έτους.

Ο ΡΟΛΟΣ ΣΟΥ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

1.3ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΖΗΤΟΥΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

1. Ποια είναι η γνώμη μου για την εταιρία με την οποία επέλεξα να συνεργαστώ;
2. Ποια είναι η γνώμη μου για τα προϊόντα μου και τις υπηρεσίες που αντιπροσωπεύουν τα προϊόντα μου;
3. Ποια είναι η γνώμη μου για το Δικτυακό Μάρκετινγκ ώ επιχείρηση και προσέγγιση της αγοράς;
4. Ποια είναι η γνώμη των άλλων για τον συγκεκριμένο χώρο, την εταιρία και τα προϊόντα που αντιπροσωπεύω;
5. Ποια είναι η γνώμη μου για τα χρήματα που μπορεί να μου αποδώσει;
6. Πιστεύω ότι κάποιος μπορεί να τα παρατήσει σε αυτή την εταιρία χωρίς σκληρή συστηματική δουλειά και χωρίς να τα παρατήσει;
7. Εγώ πιστεύω το παραπάνω (6) για μένα;
8. Πιστεύω ότι μπορώ να πετύχω σε αυτή την επιχείρηση; Πιστεύω πως θα πετύχω; Πιστεύω στον εαυτό μου;

Η ΗΓΕΣΙΑ ΘΑ ΓΙΝΕΙ ΣΟΒΑΡΗ

1. Όταν εσείς αντιμετωπίζετε σοβαρά το δικτυακό μάρκετινγκ.
2. Όταν αντιμετωπίζετε σοβαρά τον χρόνο σας.
3. Όταν αρχίσετε να υπηρετείτε με σοβαρότητα την ομάδα σας.
4. Όταν αρχίσετε να αντιμετωπίζετε με σοβαρότητα τον εαυτό σας.

Να είστε Ηγέτης σημαίνει να είστε αρχιυπηρέτης των ονείρων των άλλων.

· Εστιάστε στους συνεργάτες κι όχι στα έσοδα.

- Εστιάστε στους ανθρώπους κι όχι στο κέρδος.
- Εστιάστε στην προσπάθεια να βοηθήσετε τους άλλους να πετύχουν κι όχι στα χρήματα.
- Εστιάστε στο βάθος σας και όχι στα ποσοστά από αυτούς.

Ηγέτης είναι κάποιος που ξέρει που πηγαίνει και διαθέτει την ικανότητα να παρακινεί και άλλα άτομα να τον ακολουθούν.

- Πού πηγαίνουμε,
- Πως θα φτάσουμε εκεί,
- Γιατί ακολουθούμε αυτό το δρόμο.

Ηγεσία σημαίνει να δείχνεις σε κάποιον τον δρόμο και στη συνέχεια να βγαίνεις από το δρόμο του.

Ηγεσία σημαίνει να παρέχεις το όραμα, τις δεξιότητες και τα κίνητρα.

1.4 ΟΙ ΒΑΘΜΙΔΕΣ ΤΗΣ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. ΓΙΑ ΠΛΑΚΑ: Μία ξαφνική παρόρμηση, χωρίς σοβαρότητα.
2. ΧΑΖΟΛΟΓΗΜΑ.
3. ΓΙΑ ΧΟΜΠΙ.
4. ΜΙΑ ΧΑΡΙΤΩΜΕΝΗ ΜΙΚΡΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.
5. ΜΙΑ ΜΙΚΡΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΣΠΙΤΙ.
6. ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΔΕΣΜΕΥΣΗ.
7. ΜΙΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑ.
8. Η ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.

9. Η ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΕΥΚΑΙΡΙΑ.

10. Η ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, Η ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΕΥΚΑΙΡΙΑ, Η ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΣΤΙΓΜΗ, ΤΟ ΔΙΚΟ ΜΟΥ ΟΧΗΜΑ.

Το 10 σημαίνει: Η επιχείρηση είμαι Εγώ και εγώ Είμαι η επιχείρηση. Αυτή είναι η απόλυτη προσωπική δέσμευση.

ΟΙ ΜΥΘΟΙ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

- Το 90% των ανθρώπων που ασχολούνται με το δικτυακό μάρκετινγκ δεν τα καταφέρνουν. Μόνο το 10% έχει ένα σημαντικό εισόδημα από την δικτυακή του επιχείρηση.
- Και μόνο το 5% έχει τα εισοδήματα που εμφανίζονται στις παρουσιάσεις της επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τι συμβαίνει λοιπόν;

Είναι μύθος το δικτυακό μάρκετινγκ ή είναι λάθος τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι που ξεκινούν διδάσκονται να το κάνουν;

1.5 ΟΙ 7 ΜΥΘΟΙ ΤΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΝΑΔΟΧΗΣ ΣΑΣ

Το δικτυακό μάρκετινγκ είναι η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη μέθοδος διανομής προϊόντων και υπηρεσιών που πάνω από 60 χρόνια ανατρέπει τα επιχειρηματικά δεδομένα. Και μάλιστα παράλληλα αποτελεί και την μοναδική μέθοδο που αποτελεί μοναδικό επιχειρηματικό μοντέλο που ο καθένας με ελάχιστη επένδυση μπορεί να έχει την δική του επιχείρηση.

Περισσότεροι από 40 εκατομμύρια άνθρωποι σε περισσότερες από 125 χώρες σε όλο τον κόσμο διακινούν μέσω του δικτυακού μάρκετινγκ προϊόντα και υπηρεσίες που ξεπερνούν σε τζίρο τα 20 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ αποτελεί την πιο σύγχρονη απάντηση στα παραδοσιακά συστήματα επιχειρήσεων, εργασίας και επιχειρηματικότητας. Τα προϊόντα που διακινούνται μόνο μέσω των ανεξάρτητων διανομέων (δικτυωτών) είναι μοναδικά και πολλά από αυτά συνδυάζουν καινοτομίες που δεν μπορεί να βρει αλλού ο καταναλωτής.

Δεν υπάρχει άλλο επιχειρηματικό μοντέλο που να προσφέρει την ευκαιρία στον μέσο άνθρωπο να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση- με μηδενικό κόστος έναρξης και χαμηλά έξοδα λειτουργίας- να εργάζεται όποτε θέλει και μπορεί σε αυτή, και να μπορεί σε 2-5 χρόνια να εξασφαλίσει τη ροή ενός παραμένουτος εισοδήματος που να του εξασφαλίζει την οικονομική του ελευθερία.

Όλα αυτά είναι γεγονός. Είναι πραγματικότητα.

Γιατί όμως τόσα χαμηλά επίπεδα επιτυχίας των ανθρώπων; Γιατί η συντριπτική πλειοψηφία παραμένουν απλά χρήστες των προϊόντων και δεν κάνουν την επιχείρηση, ή αποχωρούν;

Απλά γιατί τα εργαλεία που τους προτείνουν να χρησιμοποιήσουν για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους **δεν λειτουργούν.**

Όσα σας μαθαίνουν (κατά κανόνα) οι ανάδοχοι σας δεν δουλεύουν για εσάς. Αυτό είναι το πρόβλημα . Κι αν πραγματικά θέλετε να επιτύχετε στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, τότε πρέπει να **μην ακούτε αυτά που σας λέει η γραμμή αναδοχής σας!!!**

Σας κάνει εντύπωση; Όμως αυτή είναι η πραγματικότητα.

Λίγα λόγια περισσότερα; Εντάξει.

Υπάρχουν ένα μέγεθος ρούχων για όλους; Όχι βέβαια. Το ίδιο συμβαίνει και με τον τρόπο δουλειάς και την επιτυχία στο δικτυακό μάρκετινγκ. Ο καθένας έχει τον δικό του τρόπο και επιτυχία. Και αυτός ο δρόμος δεν αντιγράφεται. Ούτε διδάσκεται.

Να λοιπόν οι 7 μύθοι που λένε οι Γραμμές αναδοχής, και γνωρίζουν ότι είναι μύθοι. (Γιατί το κάνουν; Αλλά γιατί είναι εύκολο να το διδάξουν και δεν έχουν την διάθεση να ερευνήσουν περισσότερο).

ΜΥΘΟΣ 1: Το Δικτυακό Μάρκετινγκ κάνει για όλους

Αν έκανε για όλους τότε δεν θα ήταν η μεγάλη επιχειρηματική ευκαιρία που υπόσχεται. Είναι σαφές αυτό που γράφω. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι

ανοικτό για όλους, κάνει όμως για όσους είναι διατεθειμένοι να κάνουν πράγματα για να βελτιώσουν τη ζωή τους. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ μπορεί να κάνει κάτι για όσους θέλουν να κάνουν κάτι για να αλλάξουν τη ζωή του.

Έτσι λοιπόν η ανοησία που λέγεται στο ξεκίνημα της επιχείρησης "Φτιάξε τη Λίστα όλων των ανθρώπων που γνωρίζεις", είναι το χειρότερο και σίγουρα αναποτελεσματικό μέσο για να βοηθήσεις κάποιον να ξεκινήσει την επιχείρηση του. Είναι το κλασσικό λάθος: άλλο γνωστοποίηση της επιχείρησης και άλλο πρόσκληση να συν δεθείς ή να αγοράσει από την επιχείρηση.

ΜΥΘΟΣ 2: ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΝΟΥΝ ΑΠΟ ΜΟΝΑ ΤΟΥΣ ΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ

Ένας μύθος που στηρίζεται σε μια πραγματικότητα. Τα προϊόντα της εταιρίας δικτυακού μάρκετινγκ με τα οποία κτίζεις την επιχείρηση σου πρέπει να είναι εξαιρετικά. Δηλαδή αν δεν σου ήσουν επιχειρηματίας σε αυτή την εταιρία αλλά απλός πελάτης θα τα αγόραζες στην λιανική τιμή που εσύ τα προτείνεις;. Αυτή είναι μια ερώτηση στην οποία θα πρέπει να απαντήσεις Ναι.

Παρόλα αυτά η εξαιρετική ποιότητα και χρησιμότητα των προϊόντων δεν σημαίνει ότι έχουν πόδια και περπατούν μόνα τους!!! Κάποιοι πρέπει να εκπαιδεύουν τους καταναλωτές για την χρήση και χρησιμότητα τους. Και αυτή τη δουλειά κάνεις και για αυτή αποζημιώνεσαι με βάση τις αγορές που έγιναν από το δίκτυο σου κάθε μήνα. Για σκέψου και αλλιώς . Αν ο μύθος ίσχυε τότε τι μας ήθελαν οι εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ;

ΜΥΘΟΣ 3: ΤΗΝ ΔΟΥΛΕΙΑ ΘΑ ΤΗΝ ΚΑΝΕΙ Η ΓΡΑΜΜΗ ΑΝΑΔΟΧΗΣ ΣΟΥ

Αν και είναι αστείο να το πιστέψει κάποιος, πράγματι αυτό είναι πολύ διαδεδομένο. Μην συγχέεις την υποστήριξη που μπορεί να έχει -και πρέπει να έχει- ο κάθε νέος δικτυωτής απ[ο τον ανάδοχο του στα πρώτα βήματα - και στους πρώτους 1-3 μήνες- κτισίματος της επιχείρησης του, με την αντίληψη ότι "Εγώ δεν θα κάνω τίποτα , θα δίνω ονόματα και θα μου κάνει επιχείρηση ο ανάδοχος μου".

Ο ανάδοχος σου θα σου δείξει το πως γίνεται η επιχείρηση. Σωστά. Όμως εσύ είσαι ο επιχειρηματίας, και η επιχείρηση σου θα αρχίσει στην οποία να

λειτουργεί από την ημέρα που ΔΕΝ θα χρειάζεσαι την υποστήριξη της γραμμής αναδοχής σου.

ΜΥΘΟΣ 4: ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΘΑ ΚΑΝΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΓΙΑ ΣΕΝΑ

Αυτός είναι ο πιο επικίνδυνος μύθος. Όλοι όσοι παρουσιάζουν την επιχειρηματική ευκαιρία- με τον παραδοσιακό τρόπο- υπόσχονται ότι το σύστημα κάνει τη δουλειά. Εσύ πρέπει απλά να το εφαρμόσεις. Και η επιτυχία θα έρθει.

Αν τα πράγματα δούλευαν έτσι, τότε γιατί υπάρχουν τόσα υψηλά επίπεδα αποτυχίας, απενεργοποίησης και αποχώρησις από το δικτυακό μάρκετινγκ;

1. Γιατί δεν υπάρχει ένα μέγεθος για όλους. Γιατί δεν υπάρχει ένα σύστημα για όλους. Όπως ο καθένας μας είναι διαφορετικός, έτσι και το "σύστημα" ή καλύτερα το μοντέλο που πρέπει να εφαρμόσει για την επιτυχία είναι διαφορετικό. Πρέπει να είναι κομμένο και ραμμένο στα μέτρα του. Δηλαδή στην προσωπικότητα του, στις ικανότητες τους, στα δυνατά του σημεία, στις επαγγελματικές του εμπειρίες σε αυτά που του αρέσουν να κάνει. Αυτό είναι και το μεγάλο μυστικό επιτυχίας στο δικτυακό μάρκετινγκ. Ο ρόλος του σωστού αναδόχου είναι να βοηθήσει κάθε νέο συνεργάτη του να βρει το τι θέλει να του δώσει αυτή η επιχείρηση και στη συνέχεια να δουλέψουν μαζί και να καταλήξουν σε ένα μοντέλο που να ταιριάζει στον ίδιο. Ο δρόμος της επιτυχίας δεν αντιγράφεται. Δημιουργείται.
2. Το σύστημα που προτείνεται είναι ένα σύστημα ολικής απασχόλησης. Δεν μπορεί να το εφαρμόσει και να έχει γρήγορα αποτελέσματα κάποιος που θέλει να κάνει με μερική απασχόληση το δικτυακό μάρκετινγκ. Προσέξτε τώρα : το 85% των ατόμων που κάνουν την επιχείρηση την κάνουν με μερική απασχόληση και μόνον το 15% με πλήρη απασχόληση. Θυμάστε τώρα το άλλο στοιχείο, ότι μόνο το 10% έχει επιτυχία και μεγάλα εισοδήματα; Αυτό τι σας λέει; Να σας πω εμένα τι μου λέει: 'Ότι το "Σύστημα" 'έχει δημιουργηθεί από τα επιτυχημένα με αυτή τη λογική άτομα που κάνουν με ολική απασχόληση την επιχείρηση, και είναι ένα σύστημα για να κτίσεις την επιχείρηση με γρήγορα βήματα και να έχει γρήγορα κέρδη. Αυτό όμως

με τη σειρά του προϋποθέτει ότι στην ουσία θα κάνεις την επιχείρηση με ολική απασχόληση , θα την κάνεις δεύτερη δουλειά. Και δεν νομίζω ότι κάτι τέτοιο ψάχνουν οι περισσότεροι άνθρωποι που μπαίνουν στο δικτυακό μάρκετινγκ. Δεν ψάχνουν ένα σύστημα με υψηλή πειθαρχία και λειτουργία. Αν ήταν έτσι θα πήγαιναν...στο ΚΚΕ.

Αυτό που υπάρχει είναι 10-12 διαφορετικά μοντέλα κτισίματος της επιχείρησης τα οποία μπορούν να ταιριάζουν στην συγκεκριμένη κατάσταση του καθενός. Όχι ένα σύστημα για όλους , όχι ένα "μέγεθος για όλους".

ΜΥΘΟΣ 5: ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΑΡΙΘΜΩΝ

Και αυτός ο μύθος βασίζεται στην φιλοσοφία του "Η επιχείρηση κάνει για όλους". Λέει λοιπόν "Αν κάποιος δεν θέλει δεν πειράζει , προχώρα στον επόμενο". Αυτή η προσέγγιση δείχνει πόσο απλοϊκά αντιμετωπίζεται και πράγματι τεράστια επιχειρηματική ευκαιρία. Γιατί είναι όντως απλοϊκή η αντιμετώπιση της . Είναι αποτέλεσμα του πως χιζόντουσαν οι επιχειρήσεις δικτυακού μάρκετινγκ πριν 30 χρόνια στις ΗΠΑ. "Πάμε για τα γρήγορα κέρδη". Ο μύθος αυτός έχει και παραλλαγές που έχετε ακούσει, όπως

- *Κάθε άνθρωπος που συναντάς είναι υποψήφιος.*
- *Μην χάνεις τον χρόνο σου με τους χαμένους, ψάξε τους νικητές*
- *Όσα περισσότερα άτομα έχεις στις παρουσιάσεις επιχειρηματικής ευκαιρίας , τόσο πιο γρήγορα θα αναπτυχθεί η επιχείρηση σου.*

Η ουσία του δικτυακού μάρκετινγκ έχει χαθεί μέσα από αυτή την αντίληψη. Το δικτυακό μάρκετινγκ δεν είναι ούτε προϊόντα, ούτε πωλήσεις. Είναι δημιουργία σχέσεων με τους ανθρώπους, είναι εκπαιδευτικό μάρκετινγκ. Βοηθάμε τους ανθρώπους να λύσουν τα προβλήματα τους. Οι ανθρώπινες σχέσεις δεν είναι αριθμοί. Είναι μια διαδικασία **ΣΧΕΣΗΣ-ΦΙΛΙΑΣ-ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ-ΗΓΕΣΙΑΣ**. Αυτή η διαδικασία εκτελείται μέσα από το ενεργητικό άκουσμα αυτών που μας λένε και αυτών που εννοούν οι άνθρωποι και εκτελείται μέσα από τις σωστές ερωτήσεις την σωστή στιγμή. Και αυτή η διαδικασία στηρίζεται στο να βρούμε πρώτα τι ψάχνει κάποιος, γιατί το ψάχνει, αν είναι διατεθειμένος να κάνει κάτι για να το αποκτήσει και τότε αν αυτό που έχουμε να του προσφέρουμε αν του

λύνει το πρόβλημα. Το δικτυακό μάρκετινγκ είναι ένα franchising ανθρώπων , κατά συνέπεια τον πρώτο ρόλο τον έχουν οι βαθιές ανθρώπινες σχέσεις. Το κλειδί για κάθε σχέση είναι η εμπιστοσύνη. Και για να μας εμπιστευθεί κάποιος πρέπει πρώτα να μας γνωρίσει και μετά να μας συμπαθήσει.

ΜΥΘΟΣ 6: ΕΧΩ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Όλοι αντιλαμβάνονται την διαφορά ενός φανατικού από έναν άνθρωπο που είναι ειλικρινής. Όλοι γνωρίζουν ότι δεν υπάρχει ούτε η καλύτερη εταιρία, ούτε τα καλύτερα προϊόντα , ούτε οι καλύτερες διαδικασίες .Όλοι γνωρίζουν ότι όπου υπάρχει άνθρωπος υπάρχουν και ατέλειες. Εξάλλου δεν είμαστε πωλητές, κάποιας εταιρίας. Είμαστε ανεξάρτητοι Συνεργάτες (Δικτυωτές,Διανομείς). Η επιχείρηση μας , οι πελάτες μας και οι συνεργάτες μας έχουν ΠΡΩΤΑ επιλέξει εμάς και μετά αυτό που τους προτείναμε -εταιρία και προϊόντα.

Έχουμε συνεργασία με μια σωστή εταιρία με καλά προϊόντα. Αυτή είναι μια ειλικρινής και πιστευτή διατύπωση. Η διατύπωση ενός επαγγελματία που τον ενδιαφέρει η προώθηση της ιδέας του δικτυακού μάρκετινγκ γενικότερα.

Γιατί επακόλουθα αυτού του μύθου για σκεφθείτε ποια είναι

- Να κατηγορούν άλλες εταιρίες και τα προϊόντα τους.
- Να προσπαθούν να "κλέψουν" δίκτυα από άλλες εταιρίες.

Με αποτέλεσμα ούτε πιστούς πελάτες, ούτε πιστούς συνεργάτες , αφού τους έχει εμψυχηθεί η ιδέα ότι μπορούν να ψάξουν την καλύτερη εταιρία.

ΜΥΘΟΣ 7: ΚΟΙΤΑ ΤΑ ΛΕΦΤΑ ΠΟΥ ΒΓΑΖΩ ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ ΠΟΥ ΕΧΩ

Και ποιος σας είπε ότι ενδιαφέρουν κάποιον αυτά; Αυτά ενδιαφέρουν μόνον αυτόν που τα έχει και έχει την ανάγκη να τα δείξει. Κανένα άλλον. Οι άνθρωποι έχουν διαφορετικούς λόγους που κάνουν μια επιχείρηση δικτυακού μάρκετινγκ. Όχι απαραίτητα τους δικούς μας. Ας τους επιτρέψουμε να είναι μοναδικοί -αυτό που είναι δηλαδή- και να έχουν τα δικά τους όνειρα, όχι τα

δικά μας. Κανέναν δεν ενδιαφέρουν οι επιταγές των άλλων, παρά μόνον οι δικές τους -εάν μπήκαν για επιπλέον χρήματα. Είναι πράγματι ανοησία και ενοχλητικό για πολλούς νέους ανθρώπους, παράλληλα όμως και απογοητευτικό για πολλούς που προσπαθούν με το ΙΔΙΟ ΣΥΣΤΗΜΑ και δεν τα έχουν καταφέρει να γίνεται κάτι τέτοιο. Αυτό αφορά την agenda λίγων . Όχι όμως την διαμόρφωση των ονείρων των πολλών. Και το δικτυακό μάρκετινγκ πάντα θα είναι η επιχείρηση στην οποία πρέπει να στηρίζεσαι στο 1% της προσπάθειας εκατό ανθρώπων και όχι στο 100% της προσπάθειας ενός ανθρώπου ή στο 10% της προσπάθειας δέκα ανθρώπων.

1.6 Τι είναι οι Απευθείας Πωλήσεις;

Απευθείας Πώληση είναι το μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών στους καταναλωτές με άμεσο τρόπο, σε διαπροσωπική βάση (πρόσωπο με πρόσωπο), που συνήθως λαμβάνει χώρα στο σπίτι τους ή σε σπίτια άλλων ή και σε άλλα μέρη τα οποία δεν αποτελούν μόνιμες θέσεις λιανικού εμπορίου. Οι απευθείας πωλήσεις τυπικά διεξάγονται με παρουσιάσεις ή επιδείξεις εκ μέρους των πωλητών, οι οποίοι καλούνται Απευθείας Πωλητές.

Οι επιχειρήσεις απευθείας πωλήσεων, που αντιπροσωπεύονται από το Σύνδεσμο Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων, αποτελούν καθιερωμένο τομέα του λιανικού εμπορίου, με κορυφαίο γεγονός ότι το 2006 οι παγκόσμιες ετήσιες πωλήσεις της βιομηχανίας απευθείας πωλήσεων υπερέβησαν τα 110 δις. \$.

1.7 Τα Πλεονεκτήματα της Απευθείας Πώλησης

Η απευθείας πώληση παρέχει στον πελάτη την ευκαιρία να μελετήσει στον κατάλληλο τόπο και χρόνο το προϊόν λεπτομερώς, να το δοκιμάσει και να διαμορφώσει την άποψή του για αυτό. Όλα τα προϊόντα παραδίδονται άμεσα στον καταναλωτή.

Οι Απευθείας Πωλητές έχουν την ευκαιρία να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, να αποκτήσουν νέες γνώσεις, ειδικότερα πληροφορίες για τα προϊόντα, καθώς επίσης και να αναπτύξουν τις ικανότητες της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Η απευθείας πώληση είναι ευέλικτη, ώστε οι ώρες, οι ικανότητες και οι προσπάθειες που αφιερώνετε να προσαρμοστούν σύμφωνα με τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών σας. Το κέρδος εξαρτάται από το χρόνο, την προσπάθεια και την ενέργεια που καταβάλετε.

1.8 Κώδικας Πολιτικής Συνδέσμου Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων

Όλοι οι κώδικες Επιχειρηματικής Πρακτικής των Ευρωπαϊκών Συνδέσμων Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων είναι βασισμένοι στο Κώδικα της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Συνδέσμων Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων (WFDSA) και η διαμόρφωση του Κώδικα συμφωνεί με τις αρχές WFDSA, που έχουν αποδειχθεί ανεκτίμητες και έχουν κερδίσει τη γενικότερη αναγνώριση της βιομηχανίας.

Η Amway διεθνώς αναγνωρισμένη και σαν μέλος του Συνδέσμου Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων, παρέχει το κύρος και την απαραίτητη εξασφάλιση σε όλους ανεξαιρέτως τους ABO. Ο κώδικας Συνδέσμου Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων, με τον οποίο η Amway είναι απόλυτα σύμφωνη όσον αφορά στις επιχειρηματικές πρακτικές, ορίζει μεταξύ άλλων ότι οι εταιρείες Μέλη:

- **α.** Θα εξασφαλίζουν ότι οι πωλητές τους προσδιορίζουν σαφώς την επιχείρηση και τα προϊόντα που πωλούν και θα ενεργούν με ακεραιότητα στις παρουσιάσεις πωλήσεών τους. Η Amway θέτει σαν προϋπόθεση οι ABO της,

να δηλώνουν σαφώς ότι μια παρουσίαση ή μια συνεδρίαση αφορά στα προϊόντα ή/και Επιχειρηματική Ευκαιρία της Amway. Οι Πολιτικές της Amway απαγορεύουν στους Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων Amway τη συμμετοχή σε μια "προσέγγιση περιέργειας" στην πώληση ή την Αναδοχή, δελεάζοντας τα άτομα να συμμετέχουν σε μια συνεδρίαση ή μια παρουσίαση, αποκρύπτοντας το όνομα της επιχείρησης που βρίσκεται πίσω από τα εν δυνάμει προϊόντα ή/και την επιχειρηματική ευκαιρία.

- **β.** Θα προσφέρουν στους πελάτες ένα διάστημα 10 ημερών (από την ημερομηνία παραγγελίας) κατά την οποία οποιαδήποτε παραγγελία μπορεί να ακυρωθεί και να επιστραφεί οποιαδήποτε προκαταβολή. Αυτό είναι αλλιώς γνωστό ως "δικαίωμα απόσυρσης". Οι συμβάσεις της Amway με ABO συμμορφώνονται με αυτό και οποιαδήποτε άλλη Νομοθεσία προστασίας των καταναλωτών για τη βιομηχανία.
- **γ.** Θα συμμορφωθούν με την κρίση του οποιουδήποτε Ανεξάρτητου Διοικητικού Στελέχους Συνδέσμου Εταιρειών Απευθείας Πωλήσεων, σε ότι αφορά οποιοδήποτε παράπονο εκ των καταναλωτών.

1.9 Διαφορές Νόμιμου Πολυεπίπεδου Μάρκετινγκ και Παράνομων Πυραμιδικών Σχημάτων

΄Τα πυραμιδικά σχήματα' είναι ψευδείς και επικίνδυνες παγίδες για τους καταναλωτές. Δυστυχώς, η ύπαρξή τους μπορεί να βλάψει τη φήμη των εταιρειών, όπως η Amway. Αντίθετα από τις νόμιμες εταιρείες άμεσων πωλήσεων, τα παράνομα πυραμιδικά σχήματα δελεάζουν τους ανθρώπους στην επένδυση φαινομενικών προσοδοφόρων σχημάτων, με την υπόσχεση του εύκολου πλουτισμού, αλλά γενικά αυτά τα σχήματα δεν κρατούν τις υποσχέσεις τους και τελικά αποσπούν από τους συμμετέχοντες τα κέρδη και την επένδυσή τους.

Τι είναι τα 'πυραμιδικά σχήματα';

Τυπικά, τα πυραμιδικά σχήματα βασίζονται στην αρχή ότι οι άνθρωποι στο κατώτατο σημείο της πυραμιδικής δομής συμβάλλουν στα οικονομικά κέρδη εκείνων που βρίσκονται στην κορυφή, όντας υποχρεωμένοι να καταβάλουν ένα ορισμένο ποσό χρημάτων, ώστε να είναι σε θέση να συμμετέχουν στην πυραμίδα. Για να ανακτήσει ένα άτομο τη συχνά σημαντική σε αξία αρχική επένδυσή του και να πραγματοποιήσει κάποιο κέρδος, απαιτείται ένας μεγάλος αριθμός νέων συμμετεχόντων, που ο καθένας θα κάνει την αρχική επένδυση.

Για να συμμετέχει κάποιος σε ένα σχήμα, είναι υποχρεωμένος να αγοράσει συγκεκριμένη ποσότητα προϊόντων, η οποία συχνά δεν μπορεί να μεταπωληθεί.

Όσοι προωθούν παράνομα πυραμιδικά σχήματα επιδιώκουν να τους προσδώσουν τη μορφή μιας νόμιμης εταιρείας άμεσων πωλήσεων. Για να κατανοήσετε τις σημαντικές διαφορές μεταξύ των πυραμιδικών σχημάτων και των νόμιμων άμεσων πωλήσεων, δείτε το διάγραμμα κατωτέρω.

Άμεσες Πωλήσεις	Πυραμιδικά Σχήματα
Προσφέρουν εμπορεύσιμα προϊόντα προς πώληση.	Δεν προσφέρουν εμπορικά βιώσιμα προϊόντα.
Η ευκαιρία για την απόκτηση εισοδήματος βασίζεται απλώς στην πώληση των προϊόντων.	Μπορεί να αποκτηθεί εισόδημα που θα βασίζεται στον αριθμό των ανθρώπων που στρατολογούνται, ανεξάρτητα από το εάν αυτοί οι άνθρωποι πωλούν ή όχι ένα προϊόν.
Ελάχιστη αρχική δαπάνη εκκίνησης και μηδενική δαπάνη αποχώρησης.	Συχνά απαιτούνται υψηλά ποσά εισόδου και υποχρεώνουν τους συμμετέχοντες να διατηρούν μεγάλα αποθέματα προϊόντων.
Βιώσιμες, μακροπρόθεσμες επιχειρηματικές ευκαιρίες.	Σχήματα που συνήθως εξαφανίζονται μέσα σε μερικούς μήνες.

Υψηλά πρότυπα προστασίας καταναλωτών, όπως δικαίωμα ακύρωσης της παραγγελίας ή της σύμβασης και εγγυήσεις ικανοποίησης καταναλωτών.	Καμμία επιβεβλημένη εγγύηση ικανοποίησης ή δικαίωμα ακύρωσης.
---	---

Οι πωλήσεις μέσω πυραμιδικών σχημάτων θεωρούνται παράνομες σε πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η Amway, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, υποστηρίζει την εισαγωγή καταναλωτικών μέτρων προστασίας ενάντια στα παράνομα πυραμιδικά σχήματα.

1.10 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΕ ΜΕ ΑΠΛΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

Το δικτυακό μάρκετινγκ είναι απλά η σύσταση και προώθηση αυτών που μας αρέσουν.

Αυτό είναι κάτι που κάνουμε καθημερινά, τόσο εμείς όσο και όλοι. Η δικτύωση είναι μια φυσική δραστηριότητα που ο καθένας μας ασκεί. Στο δικτυακό μάρκετινγκ εμείς απλά εισπράττουμε επιπλέον ν επιταγές παθητικού εισοδήματος;(εισοδήματος από συστάσεις που ανταποκρίθηκαν) κάνοντας κάτι που ούτως ή άλλως κάνουμε καθημερινά.

ΠΕΙΤΕ ΤΟ ΜΕ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια από τις αγαπημένες μου ταινίες είναι η Πολίτικη Κουζίνα (και φυσικά στη θέση του μπορείτε να χρησιμοποιήσετε οποιαδήποτε άλλη δημοφιλή ή/και επίκαιρη ταινία). Πιστεύω ότι είναι μια ταινία που επίσης άρεσε σε πολλούς άλλους ανθρώπους., αφού αποτελεί μια από τις εμπορικότερες ταινίες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου.

Σκέψου ότι πίνεις καφέ με έναν φίλο σου. Ο φίλος σου λέει

«Δικτυακό Μάρκετινγκ ;Δεν ξέρω και πολλά για αυτό, πάντως μάλλον είναι κάτι που εγώ δεν θα μπορούσα να κάνω».

Γιατί λέει κάτι τέτοιο; Γιατί απλά δεν γνωρίζει τι είναι δικτυακό μάρκετινγκ. Νομίζει ότι πρέπει να κάνει πωλήσεις, ότι χρειάζονται δεξιότητες παρουσίασης ή ότι θα πρέπει να γνωρίζει πολλούς πωλητές ή έχει στο μυαλό του κάποιες άλλες από τις παρανοήσεις σχετικά με το τι είναι το δικτυακό μάρκετινγκ.

Η δουλειά σου είναι να εκπαιδεύσεις τον φίλο σου με τα γεγονότα γύρω από το δικτυακό μάρκετινγκ. Και στη συνέχεια ο φίλος σου είναι ελεύθερος να διαλέξει, να πάρει μια απόφαση για αν θα γραφτεί ή όχι, μια απόφαση όμως που θα βασίζεται στις σωστές πληροφορίες.

Θα μπορούσες λοιπόν να χρησιμοποιήσεις το παράδειγμα της ταινίας Πολίτικη Κουζίνα για να του δείξεις πως δουλεύει το Δικτυακό Μάρκετινγκ. Η συζήτηση σας θα μπορούσε να ήταν η ακόλουθη.

ΕΣΥ Είδες την Πολίτικη Κουζίνα;

ΦΙΛΟΣ Ναι ήταν καταπληκτική.

ΕΣΥ Όταν πήγες στον κινηματογράφο αφού αγόρασες το εισιτήριο πήρες και κάποια snacks από το μπαρ;

ΦΙΛΟΣ Βέβαια. Περιμένοντας να ξεκινήσει η ταινία. Ήταν λίγο ακριβότερα , αλλά μου άρεσε το ποπ κορν.

ΕΣΥ Αφού είδες την ταινία, το κράτησες μυστικό; Ή μίλησες για αυτή σε κάποιους γνωστούς σου;

ΦΙΛΟΣ Όταν γύρισα σπίτι, τηλεφώνησα στην αδερφή μου και της είπα ότι αυτή κι ο άντρας της θα έπρεπε οπωσδήποτε να την δουν. Γιατί ήταν κ-α-τ-α-π-λ-η-κ-τ-ι-κ-η!. Οι περιγραφές, οι γεύσεις, τα συναισθήματα. Όλα.

ΕΣΥ Τελικά η αδερφή σου και ο άντρας της πήγαν να την δουν μετά από τη **σύσταση** που έκανες;

ΦΙΛΟΣ Και βέβαια πήγαν. Έκλεισαν και πήγαν την επόμενη μέρα.

ΕΣΥ Άρα αγόρασαν 2 εισιτήρια και μάλλον θα πήραν και αυτοί κάποια σνακς από το μπαρ, σωστά;

ΦΙΛΟΣ Ναι. Και η ταινία τους άρεσε πολύ.

ΕΣΥ Την σύστησαν και αυτοί σε άλλους.

ΦΙΛΟΣ Δεν ξέρεις την αδερφή μου!!! Είναι μια κινητή διαφήμιση. Το είπε σε όλους τους συναδέλφους της, στους γνωστούς , στις φίλες της , στους γονείς των παιδιών στο σχολείο που είναι καθηγήτρια. Ο άντρας της το είπε σε όλους τους φίλους του και δικηγόρους και όλοι πήγαν να δουν την ταινία.

ΕΣΥ Όλοι αυτοί λοιπόν αγόρασαν εισιτήρια και επίσης κάποια σνακς από το μπαρ.. Μετά τι έγινε;

ΦΙΛΟΣ Υποθέτω και αυτοί θα το είπαν στους φίλους τους, Είναι δύσκολο να κρατήσεις μυστικό μια τέτοια ταινία. Οι γεύσεις ανάβλυζαν μέσα από τις εικόνες και τις περιγραφές και το όλο κλίμα ήταν υπέροχο.

ΕΣΥ Λοιπόν φίλε , αυτό που έκανες ήταν δικτυακό μάρκετινγκ. Είναι κάτι δηλαδή που ούτως ή άλλως κάνουμε όλοι καθημερινά. Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι απλά το να συστήνεις αυτά που σου αρέσουν στους άλλους -; συνήθως στους φίλους και γνωστούς σου. Εάν αυτό που προτείνουμε τους φαίνεται ενδιαφέρον, τότε ίσως το δοκιμάσουν και αυτοί. Οι φίλοι μας δεν έχουν καμία υποχρέωση να δουν την ταινία/Μπορούν να δεχθούν ή να απορρίψουν την πρόταση μας. Ελεύθερα. Αυτό εξαρτάται αποκλειστικά από αυτούς.

Εμείς κάνουμε το καθήκον μας εκπαιδεύοντας τους στο ότι έχουν και αυτή την επιλογή. Η απόφαση να αξιοποιήσουν αυτή την επιλογή είναι αποκλειστικά δική τους. Αυτό ονομάζεται δικτύωση.

ΦΙΛΟΣ Σε αυτή την περίπτωση συμφωνώ ότι κάνω δικτύωση και εγώ καθημερινά. Τι σπουδαίο λοιπόν έχει η δικτύωση;

ΕΣΥ Οι περισσότεροι άνθρωποι κάνουν Δικτυακό Μάρκετινγκ καθημερινά. Απλά δεν πληρώνονται για αυτό που κάνουν.

Ας πάρουμε το παράδειγμα του ιδιοκτήτη του κινηματογράφου. Μπορεί να έκανε κάποιες διαφημίσεις για να προωθήσει την ταινία. Όμως αυτού του είδους; Οι διαφημίσεις δεν έχουν μεγάλα αποτελέσματα.. Βλέπεις κατακλυζόμαστε από διαφημιστικά μηνύματα και για αυτό τα περισσότερα από αυτά τα αγνοούμε. Και επιπλέον δεν εμπιστευόμαστε αυτές τις διαφημίσεις. «Όμως εμπιστευόμαστε και σεβόμαστε τους φίλους μας. Όταν ένας φίλος μας λέει ότι μια ταινία είναι καταπληκτική , εμείς το ακούμε προσεκτικά. Αυτή η προφορική διαφήμιση, η σύσταση από τον ένα φίλο στον άλλο αξίζει δέκα φορές περισσότερο σε αποτέλεσμα από το αποτέλεσμα που φέρνει μια διαφήμιση στο ραδιόφωνο ή στις εφημερίδες.

Εάν ο ιδιοκτήτης του κινηματογράφου ρωτούσε τους θεατές του περασμένου μήνα της ταινίας από πού άκουσαν για αυτή θα διαπίστωνε ότι οι περισσότεροι ήρθαν λόγω αυτής της προφορικής διαφήμισης.

Έτσι σαν μια ειλικρινή ένδειξη ευγνωμοσύνης, θα σου έστειλε (αν ακολουθούσε το σύστημα του δικτυακού μάρκετινγκ) μια επιταγή διαφημιστικών συστάσεων. Γιατί; Γιατί εάν δεν έκανες εσύ αυτές τις συστάσεις που στη συνέχεια πολλαπλασιάστηκαν γεωμετρικά, όλοι αυτοί οι επιπλέον πελάτες δεν είχαν έρθει στον κινηματογράφο του.

ΦΙΛΟΣ Δεν έχω πάρει ποτέ μια τέτοια επιταγή. Οι ιδιοκτήτες κινηματογράφων δεν δουλεύουν με αυτό τον τρόπο. Κρατάνε για λογαριασμό τους αυτές τις διαφημιστικές επιταγές που θα έπρεπε κανονικά να μας έδιναν λόγω της προφορικής διαφήμισης που τους κάνουμε, και μας αφήνουν να εξακολουθούμε να τους συστήνουμε δωρεάν. Άρα πως μπορούμε να παίρνουμε τέτοιες επιταγές;

ΕΣΥ Ορισμένες εταιρίες αντιλαμβάνονται ότι η προφορική διαφήμιση= σύσταση και προώθηση είναι πολύ ισχυρότερο εργαλείο από οποιοδήποτε άλλο διαφημιστικό μέσο. Δεν θέλουν να δουλεύουν τις συστάσεις δωρεάν και για αυτό το λόγο μοιράζονται το διαφημιστικό τους προϋπολογισμό μαζί μας, στέλνοντας μας κάθε μήνα μια επιταγή ανταμοιβής των προσπαθειών μας να τους συστήσουμε και προωθήσουμε. Και για όσο καιρό εξακολουθούμε να κάνουμε αυτή τη δουλειά (να συστήσουμε και να προωθούμε κάτι που μας αρέσει) θα μπορούσαμε να κερδίζουμε μια ωραία επιταγή κάθε μήνα ως ανταμοιβή του χρόνου και της προσπάθειας που καταβάλλουμε.

ΦΙΛΟΣ Είσαι σίγουρος λοιπόν ότι ο καθένας κάνει δικτυακό μάρκετινγκ κάθε μέρα;

ΕΣΥ Βεβαιότατα! Σύστησες ποτέ κάποιο εστιατόριο ή ταβέρνα σε κάποιο φίλο σου; Ο φίλος σου απολαμβάνει -όπως κι εσύ -; το φαγητό του σε αυτό και με τη σειρά του το συστήνει στους δικούς του γνωστούς. Αυτή η αύξηση των εσόδων , είναι κάτι που ο εστιατορας εκτιμά πραγματικά; Εσύ την προκάλεσες.

Προτείνεις και [προωθείς- να το και σε άλλο παράδειγμα- κάτι που σου αρέσει. Παρόλα αυτά δεν έλαβες κάποια αμοιβή για αυτό. Οι περισσότεροι εστιάτορες δεν θα μοιραστούν μαζί σου κάποια διαφημιστικό budget που αλλιώς θα έπρεπε να κάνουν για να έχουν τον κόσμο που τώρα έχουν γιατί εσύ ξεκίνησες να τους συστήνεις.. Και εσύ τώρα κάνεις τη σύσταση δωρεάν.

Η σύσταση σου ήταν αποτελεσματικότερη από το να μοίραζε 1-2 κουπόνια γευμάτων . διαφημιστικά φυλλάδια ή να κόλλαγε αφίσες. Η δικτύωση είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος να εκπαιδευτούν και άλλοι υποψήφιοι για προϊόντα και υπηρεσίες.

Γιατί; Γιατί οι άνθρωποι ακούν και εμπιστεύονται την γνώμη των ανθρώπων που γνωρίζουν προσωπικά.

Εάν είχες ανάγκη άμεσα μια επέμβαση στον εγκέφαλο -; μια δύσκολη δηλαδή επέμβαση -; ποια από τις δυο παρακάτω μεθόδους θα ακολουθούσες;

1^η ΜΕΘΟΔΟΣ Θα κοίταζες ποιος χειρουργός έχει τη μεγαλύτερη καταχώρηση στον Χρυσό Οδηγό; Θα εμπιστευόμουν τον Χειρουργό με τον μεγαλύτερο διαφημιστικό προϋπολογισμό; Η μήπως

2^η ΜΕΘΟΔΟΣ Θα έψαχνες να βρεις κάποιον που γνωρίζεις, ένα άτομο που έχει ο ίδιος ή ένας γνωστός του μια αντίστοιχη εμπειρία με χειρουργό και θα ζητούσες τη γνώμη του; Θα ζητούσες τη γνώμη ενός ασθενούς που είχε μια εμπειρία ή έστω του οικογενειακού σου γιατρού που γνωρίζεις και εμπιστεύεσαι;

Είμαι σίγουρος ότι θα επέλεγες τη δεύτερη μέθοδο. «όταν πρόκειται για χειρουργική επέμβαση, θέλεις να έχεις μια γνώμη που μπορείς να εμπιστευθείς.

Αυτό είναι ένα παράδειγμα δικτύωσης. Ο φίλος ή ο οικογενειακός; Σου γιατρός θα σου πει ελεύθερα τη γνώμη του και θα σου συστήσει έναν χειρουργό. Δεν έχεις καμία υποχρέωση να ακολουθήσεις αυτή τη σύσταση εκπαιδευτήκες όμως πάνω σε μια άλλη επιλογή στην πορεία λήψης της απόφασης σου.

ΦΙΛΟΣ Τώρα το κατάλαβα. Αφού ούτως ή άλλως συστήνω και προωθώ πράγματα καθημερινά, θα μπορούσα και να πληρώνομαι για αυτό. Σωστά;

ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ ΕΠΙΤΑΓΕΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ;

Τώρα πια η συζήτηση είναι εύκολη. Δεν είναι απειλητική για τον φίλο σου και πιεστική και άβολη για σένα, γιατί μόλις τον εκπαίδευσες πάνω στον τρόπο που δουλεύει, πάνω στην πραγματικότητα του δικτυακού μάρκετινγκ.

Εάν ο υποψήφιος σου είναι έξυπνος θα καταλάβει γρήγορα ότι υπάρχουν δύο τύποι ανθρώπων:

1. Οι άνθρωποι που κάνουν Δικτυακό Μάρκετινγκ κάθε μέρα και πληρώνονται για αυτό ,και
2. Οι άνθρωποι που κάνουν δικτυακό μάρκετινγκ κάθε μέρα και ΔΕΝ πληρώνονται για αυτό.

1.11 Ο καθένας κάνει καθημερινά Δικτυακό Μάρκετινγκ

Να και άλλα παραδείγματα

- Συστήνοντας ένα σχολείο για τα παιδιά μας.
- Συστήνοντας ένα μπαρ με καταπληκτική ατμόσφαιρα.
- Συστήνοντας νένα αγαπημένο τραγούδι ή καλλιτέχνη.
- Συστήνοντας ένα φίλο σε μια φίλη.
- Συστήνοντας ένα συγκεκριμένο μοντέλο αυτοκινήτου.
- Συστήνοντας μια αγαπημένη συνταγή φαγητού.
- Συστήνοντας ένα Αμοιβαίο Κεφάλαιο ή μια συγκεκριμένη επένδυση.
- Συστήνοντας ένα γιατρό, δικηγόρο, λογιστή, ασφαλιστή.
- Συστήνοντας έναν Οδοντίατρο.
- Συστήνοντας την αγαπημένη σου εκπομπή στην τηλεόραση.
- Συστήνοντας ένα μυστικό αδυνατίσματος.
- Συστήνοντας ένα καταπληκτικό κατάστημα ρούχων.
- Συστήνοντας μια εκκλησία.
- Συστήνοντας κάποιους νέους φίλους.
- Συστήνοντας ένα υπολογιστή ή ένα πρόγραμμα.

- Συστήνοντας ένα καλό βιβλίο.

Αυτά είναι παραδείγματα Δικτυακού Μάρκετινγκ στην πράξη. Συστήνεις τα πράγματα και τις υπηρεσίες που σου αρέσουν. Ο υποψήφιος σου δεν έχει καμία υποχρέωση να δεχθεί τις υποδείξεις σου.

Η μοναδική σου δουλειά είναι να εκπαιδεύεις και παρουσιάζεις διαφορετικές λύσεις ή επιλογές στον υποψήφιο. Η δουλειά σου δεν είναι να πάρεις εσύ την απόφαση στη θέση του υποψηφίου σου. Αυτό είναι δικό του δικαίωμα και αρμοδιότητα. Η δική σου αρμοδιότητα είναι να δώσεις στον υποψήφιο μια ευκαιρία να μάθει αυτές τις νέες πληροφορίες.

Εντούτοις δεν είσαι ούτε υπεύθυνος ούτε και αρμόδιος για τις αποφάσεις που θα πάρει ο υποψήφιος σου αφού ακούσει αυτές τις πληροφορίες.

1.12 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΟ ΣΠΙΤΙ

Πιθανόν να είναι κακή τακτική να ξεκινάμε με ένα κουίζ, αλλά για πλάκα, ας το κάνουμε έτσι κι αλλιώς. Μη στεναχωριέστε. Είναι πραγματικά εύκολο, είναι και multiple choice.

Ακούστε την παρακάτω δήλωση, μετά επιλέξτε τη σωστή απάντηση από τη λίστα στο τέλος:

«Στα περισσότερα μυαλά είναι μία "απάτη", μία "συνομωσία", κάτι αμφισβητήσιμο ή άδικο στην καλύτερη περίπτωση, ανήθικο και παράνομο στη χειρότερη. Πολλοί επίδοξοι θέλω-τη-δική-μου-επιχείρηση, επιχειρηματίες έχουν εξαπατηθεί δίνοντας τις οικονομίες μίας ζωής, απλά και μόνο για να δουν την εταιρία να πέφτει έξω, παίρνοντας μαζί και τα όνειρα τους. Πολιτικοί, regulators και τα μέσα ενημέρωσης-(ειδικά τα μέσα ενημέρωσης) φωνάζουν "ατιμία" κάθε φορά που ακούγεται το όνομα του. Οι εφημερίδες, τα περιοδικά, οι ειδήσεις και τα τοκ-σόου συχνά το ξεσκεπάζουν για το τι είδους απάτη που πρέπει να ξεφορτωθούμε είναι.

Μεγάλες εταιρίες που είχαν αναμειχθεί σ' αυτό, το αποκηρύσσουν για να μη γίνει γνωστό.

Υπάρχει ακόμα και μία κίνηση να κηρυχθεί παράνομο.»

Τώρα, μαντέψτε:

ποια από τις παρακάτω είναι η σωστή απάντηση;

- α) Κάποια καρτέλ της τηλεόρασης
- β) Τράστ και κρυφές συναλλαγές επιχειρήσεων
- γ) Πολυεπίπεδο Μάρκετινγκ (MLM / network marketing)
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Διαλέξτε α, β ή γ;

Λοιπόν,

πιθανόν να υπάρχει κάποια αλήθεια σ' αυτές τις επιλογές, αλλά καμία από αυτές δεν είναι η σωστή απάντηση.

Η αλήθεια είναι ότι πρόκειται για μία ερώτηση τρικ.

Η πραγματική απάντηση

«δ) Κανένα από τα παραπάνω»

ΗΤΑΝ σωστή σχεδόν 40 χρόνια πριν!

Τον καιρό εκείνο, αυτά ακριβώς ήταν που έλεγε ο κόσμος για μία επαναστατικά νέα επιχειρηματική αρχή που ονομαζόταν franchising (φραντσαίζινγκ).

Στις αρχές του '60, πριν τα McDonalds, η Pizza Hat και όλες οι άλλες επιτυχημένες εταιρίες φραντσαίζκαθιερώσουν το φραντσαίζ σαν μία νόμιμη βιομηχανία, όλα αυτά τα αρνητικά πράγματα είχαν λεχθεί και γίνεισχετικά με το φραντσαίζ. Υπήρχε ακόμα και μία κίνηση

στο κογκρέσο να κηρύξουν το φραντσαίζ παράνομο. Και σήμερα...;

Σήμερα, πολλοί ειδικοί λένε ότι η βιομηχανία φραντσαίζείναι υπεύθυνη για περισσότερο από 50% όλων των αγαθών και υπηρεσιών που πουλιούνται και αγοράζονται στις Ηνωμένες Πολιτείες, αξίας ενός τρισεκατομμυρίου δολαρίων.

Όχι και άσχημα για κάτι που πριν μερικά χρόνιαείχε τη φήμη της "απάτης" και της "συνομωσίας".

Ας δούμε το φραντσαίζ από λίγο πιο κοντά.

Το φραντσαίζ πραγματικά ήταν μία επαναστατική επιχειρηματική αρχή, και είναι ακόμα.

Ρίξτε μια ματιά στις εναλλακτικές λύσεις:

80% από όλες τις μικρές επιχειρήσεις αποτυγχάνουν στον πρώτο τους χρόνο.

80% από αυτές που τα καταφέρνουν, δεν καταφέρνουν να επιβιώσουν για τα επόμενα πέντε χρόνια, κι από αυτές που το κάνουν, ακόμα λιγότερες διαρκούν άλλα πέντε.

Σκεφτείτε το:

με πόσες επιχειρήσεις συνεργάζεστε που βρίσκονται στην αγορά 10 χρόνια ή περισσότερα;

Όχι πάρα πολλές...

Το φραντσαίζ είναι ένας τρόπος για τον μικρό επιχειρηματίνα αυξήσει τις πιθανότητες επιτυχίας.

Ένα φραντσαίζ αφαιρεί το μάντεμα στην επιχείρηση από την αρχή. Η εταιρία φραντσαίζ δημιουργεί μια ευκαιρία «με το κλειδί στο χέρι», μία ετοιμοπαράδοτη επιχείρηση,

ολοκληρωμένη, με προϊόντα και υπηρεσίες, εκπαίδευση, πωλητές, πολιτικές και διαδικασίες.

Σχεδόν ο καθένας με την επιθυμία και το αρχικό κεφάλαιο, μπορεί να ανέβει σ' αυτό το όχημα,

να γυρίσει το κλειδί και να ταξιδέψει στη λεωφόρο της επιχειρηματικής επιτυχίας.

Είναι πραγματικά ευφύες.

Δε χρειάζεται να ξέρετε όλα όσα χρειάζονται για το χτίσιμο ενός φραντσαίζ για να συμμετέχετε σε ένα. Η εταιρία φραντσαίζ έχει κάνει όλη τη δουλειά για εσάς. Εσείς απλά πληρώνετε το κόστος φραντσαίζ, χτίζετε ή νοικιάζετε ένα κατάστημα, το επιπλώνετε με τον εξοπλισμό που η εταιρία έχει είδη σχεδιάσει και δοκιμάσει με επιτυχία για εσάς, προσλαμβάνετε κόσμο και μετά πληρώνετε στην εταιρία ένα ποσοστό από τις πωλήσεις και τα κέρδη σας.

Μία ερώτηση:

Πόσο καλά πηγαίνουν τα φραντσαίζ;

Σύμφωνα με τους επικριτές, η αλήθεια είναι ότι το ένα τρίτο από όλες τις επιχειρήσεις φραντσαίζ αποτυγχάνουν. Ένα άλλο τρίτο ίσα-ίσα που καταφέρνει να επιβιώσει και μόνο ένα τρίτο βγάζει κέρδος.

Στην πραγματικότητα κάποιοι βετεράνοι του φραντσαίζ λένε ότι δεν μπορείς να κερδίσεις χρήματα στο φραντσαίζ σήμερα, εκτός κι αν κατέχεις πέντε ξεχωριστές μονάδες φραντσαίζ ή περισσότερες! Ακόμα κι έτσι, αυτός είναι ένας πολύ καλύτερος μέσος όρος από το 80/20 αποτυχία/ επιτυχία ποσοστό των τυπικών μικρών επιχειρήσεων.

Άλλη μια ερώτηση:

Πόσο κοστίζει το να αποκτήσεις ένα φραντσαίζ, σήμερα;

Α, εδώ είναι τα δύσκολα.Οι αμοιβές για φραντσαίζ κυμαίνονται μεταξύ \$1.000 και \$500.000. Η μέση αμοιβή σήμερα έρχεται "χαλαρά"γύρω στις \$100.000. Μπορείτε να πάρετε ένα φραντσαίζ Molly Maid ή Thrifty Car Rental με μία αμοιβή των \$17.500.Η Sir Speedy κοστίζει \$25.000. Και οι μεγάλοι,όπως τα McDonalds... καλά,ακόμα κι αν μπορέσετε να βρείτε ένα, Ξεχάστε το!

Είναι εκατομμύρια....

Τα πραγματικά άσχημα νέα είναι ότι δεν υπάρχει μόνο η αμοιβή.Επίσης έχετε να πληρώσετε για το κτίριο,τις εγκαταστάσεις, το αρχικό απόθεμα, κλπ,τα οποία όλα μαζί μπορεί να φτάσουν τα εκατομμύρια ή περισσότερα.Η μέση τιμή εγκαταστάσεων είναι \$250.000!Όχι ακριβώς όσα μπορεί να αντέξει ο μέσος άνθρωπος.

ΕΠΙΠΛΕΟΝ, οι περισσότερες εταιρίες φραντσαίζ παίρνουν ένα ποσοστό από τις πωλήσεις σας, όχι από τα κέρδη,**ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ**, σαν προνόμιο τους.Είναι δύσκολο να αρχίσεις ένα φραντσαίζ σήμερα.Δεν είναι όπως παλιότερα που η βιομηχανία ήταν νέα και άγνωστη. Όπως και στα ακίνητα, το χρηματιστήριο και τις περισσότερες ευκαιρίες, τα πολλά χρήματα πηγαίνουν σ' αυτούς που μπαίνουν νωρίς.Υπάρχει μεγαλύτερο ρίσκο και μεγαλύτερη αμοιβή.

Μόλις σιγουρευτούμε για κάτι,βλέπουμε ότι όλοι το κάνουν.

Σήμερα τα φραντσαίζ είναι αποδεδειγμένα κέντρα κέρδους.Αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο και είναι τόσο ακριβά.Πληρώνεις για να έχεις λιγότερο

ρίσκο από ότι με το ξεκίνημα μιας τυπικής επιχείρησης, και πληρώνεις γιατί έχεις καθυστερήσει να μπεις επίσης.

Αλλά υπάρχει ένας τρόπος να έχετε τα χαμηλού έως καθόλου ρίσκου πλεονεκτήματα από ένα αποδεδειγμένο, αντιγράψιμο επιχειρηματικό σύστημα σαν το φραντσαίζ και συγχρόνως να απολαμβάνετε τις πλούσιες αμοιβές μίας πρωτοεμφανιζόμενης ευκαιρίας.

Ειλικρινά, στους περισσότερους από εμάς δεν περισσεύουν \$250.000 ή περισσότερα που χρειάζονται για να αποκτήσουμε μία επιχείρηση φραντσαίζ. Αλλά σχεδόν όλοι μας μπορούμε να αποκτήσουμε το επόμενο καλύτερο πράγμα. Και αυτό είναι ακριβώς για το οποίο σας μιλάω εδώ:

Το ΕΠΟΜΕΝΟ... ΚΑΛΥΤΕΡΟ... ΠΡΑΓΜΑ...

και αυτό είναι το **Δικτυακό Μάρκετινγκ**.

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ έχει πάρει την αρχή του φραντσαίζ, παρέχοντας σε ανεξάρτητους επιχειρηματίες μία έτοιμη, χαμηλού ρίσκου, αποδεδειγμένη, με το κλειδί στο χέρι, ευκαιρία ατομικής επιχείρησης, και έχει κάνει μερικές αξιοπρόσεκτες βελτιώσεις σ' αυτή.

1.13 Επένδυση Χαμηλού Κεφαλαίου Μικρό ή Καθόλου Ρίσκο

Πόσα χρήματα χρειάζεστε για να γίνετε ένας ανεξάρτητος επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ;

Συνήθως δεν υπάρχει αμοιβή για να αρχίσετε την επιχείρησή σας. Θα επενδύσετε κατά κανόνα μερικές εκατοντάδες δολάρια έως λίγες χιλιάδες για το κιτ πωλήσεων σας, εκπαιδευτικό υλικό και υλικό πωλήσεων και όλο το αρχικό σας απόθεμα προϊόντων που θα χρειαστείτε ποτέ.

Τα Πλεονεκτήματα και οι Φορολογικές Ελαφρύνσεις μίας Επιχείρησης με έδρα το σπίτι: Για τους περισσότερους που συμμετέχουν, το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι, έτσι δεν επιβαρύνεστε με το επιπλέον κόστος της απόκτησης ενός καταστήματος λιανικής.

Ο εξοπλισμός που χρειάζεστε για να ξεκινήσετε τη λειτουργία της επιχείρησής σας Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι απλός όσο ένα τηλέφωνο, ένα γραφείο και ένα ντουλαπάκι με συρτάρια. Και οι δυνατότητες για Φορολογικές Ελαφρύνσεις, έχοντας και λειτουργώντας μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι, είναι από τις τελευταίες δυνατότητες φορολογικών ελαφρύνσεων που μπορεί να έχει μία οικογένεια.

Όχι υπάλληλοι -; Εσείς έχετε τον έλεγχο

Σαν ένας επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ, είστε ένας ανεξάρτητος συνεργάτης, ο Γενικός Διευθυντής της δικής σας επιχείρησης. Δεν έχετε «υπαλλήλους». Οι άντρες και οι γυναίκες με τους οποίους συνεργάζεστε είναι επίσης Γενικοί Διευθυντές, έχοντας τη δική τους

ανεξάρτητη επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ. Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ δε σας ανήκει απλά η δουλειά σας, σας ανήκει η δική σας επιχείρηση. (Και σε αντίθεση με τους περισσότερους ελεύθερους επαγγελματίες, δεν ανήκετε εσείς στην επιχείρησή σας!). Έχετε τον πραγματικό έλεγχο της δουλειάς σας, και της ζωής σας.

Περισσότερες Επιλογές:Μερική Απασχόληση, Πλήρης Απασχόληση,Ταξίδια, Τοπική και Παγκόσμια Επιχείρηση

Κάθε επιχειρηματίας δικτυακού μάρκετινγκ είναι ένας εθελοντής: Δεν υπάρχουν «πρέπει».Είστε ελεύθεροι να εργάζεστε τις ημέρες και τις ώρες που θέλετε, όπου θέλετε, κάνοντας ότι θέλετε,και ίσως το πιο σημαντικό απ' όλα,είστε ελεύθεροι να επιλέξετε τα άτομα

με τα οποία θέλετε να δουλεύετε.

Αν και η πλειοψηφία των επιχειρηματιών Δικτυακού Μάρκετινγκ δουλεύουν με μερική απασχόληση,όλο και περισσότεροι άντρες και γυναίκες ασχολούνται μ' αυτό σαν μία πλήρης απασχόλησης καριέρα.Μερικοί εργάζονται αποκλειστικά από το σπίτι τους,άλλοι απολαμβάνουν τα ταξίδια σε άλλες πόλεις,ακόμα και σε άλλες χώρες,χτίζοντας τις επιχειρήσεις τους σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ολοκληρωμένη Επαγγελματική Υποστήριξη

Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, δουλεύετε για τον εαυτό σας,αλλά δεν είστε μόνοι σας. Η επιτυχία της εταιρίας Δικτυακού Μάρκετινγκ που ανήκετε,εξαρτάται από τη δική σας επιτυχία,είναι ο επαγγελματικός σας συνεργάτης,έτσι σας δίνει όλη τη δυνατή υποστήριξη, σε κάθε σας βήμα. Όπως θα έκανε και μία καλή εταιρία φραντσάιζ,μία καλή εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ σας παρέχει το προϊόν ή την υπηρεσία που θα προσφέρετε και επίσης ένα τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης,ανάπτυξη νέων προϊόντων,εκπαίδευση στον τομέα που εργάζεστε,υλικό πωλήσεων και διαφήμισης,ένα τμήμα υποστήριξης διανομέων και πολλά περισσότερα.

Σήμερα, κάθε εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι φιλική με το Internet.Εσείς και η εταιρία σας είστε πραγματικά συνεργάτες σε μία ευκαιρία κέρδους-κέρδους. Ακούγεται απίστευτο;Είναι, αλλά υπάρχουν περισσότερα.Υπάρχει ακόμα ένας σημαντικός λόγος που το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι το επόμενο

βήμα μετά το φραντσαίζ, και είναι ο λόγος για τον οποίο μερικές φορές ονομάζεται...

«Φραντσαίζ»

Όταν αγοράζεται ένα φραντσαίζ, αποκτάτε το δικαίωμα να προωθήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία που σας παρέχει η εταιρία στην αγορά.Είναι παρόμοιο με το Δικτυακό Μάρκετινγκ,με τη διαφορά ότι δε χρειάζεται να πληρώσετε την αμοιβή του φραντσαίζ ούτε το ίδιο αρχικό κόστος,δε χρειάζεται να έχετε ένα κατάστημα λιανικής και ειδικευμένο εξοπλισμό, δε χρειάζεται να προσλάβετε και να παρακολουθείτε υπαλλήλους και δεν έχετε γεωγραφικούς περιορισμούς στην περιοχή που μπορείτε να δουλέψετε.

Επίσης, δεν πρέπει να πληρώσετε ένα ποσοστό από τις πωλήσεις σας πίσω στην εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ,όπως πρέπει να κάνετε με το φραντσαίζ.Ακόμα περισσότερο, είστε ένας ανεξάρτητος συνεργάτης,εργάζεστε για τον εαυτό σας, όχι για την εταιρία.

Και σα να μην ήταν αρκετά εντυπωσιακά όλα αυτά,μία εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ κάνει ακόμα ένα επαναστατικό πράγμα για εσάς.Σας δίνει τη δυνατότητα να προσφέρετε και σε άλλους την ευκαιρία να χτίσουν μία επιτυχημένη επιχείρηση!

Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, δεν αποκτάτε εισόδημα μόνο από την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών της εταιρίας σας (όπως στο φραντσαίζ),μπορείτε επίσης να αποκτήσετε εισόδημα από τις πωλήσεις που κάνουν τα άτομα που εγγράφετε στο δικό σας οργανισμό Δικτύου, άτομα που, σαν κι εσάς,έχουν τη δική τους ανεξάρτητη επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ.

Αυτός είναι ο λόγος που το ονομάζουμε φραντσαίζ.Και αυτό δίνει στο Δικτυακό Μάρκετινγκ

ένα από τα πιο δυναμικά και κερδοφόρα χαρακτηριστικά του: σας επιτρέπει να πολλαπλασιάσετε το χρόνο, το ταλέντο και την ενέργεια σας ώστε να κερδίσετε προμήθειες από τις πωλήσεις που κάνουν οι άνθρωποι που εσείς εισάγετε στην επιχείρηση.

Ο Άντριου Κάρνετζι, είπε κάποτε:

«Προτιμώ να παίρνω ένα τοις εκατό από τις προσπάθειες 100 ανθρώπων

παρά 100 τοις εκατό από τις δικές μου προσπάθειες.»

Και αυτό ακριβώς είναι, που σας επιτρέπεται Δικτυακό Μάρκετινγκ να κάνετε. Αυτό εξηγεί γιατί τόσοι πολλοί «συνηθισμένοι» άνθρωποι επιτυγχάνουν τόσο ασυνήθιστα αποτελέσματα

στο Δικτυακό Μάρκετινγκ. Η παραδοσιακές μέθοδοι πώλησης και διανομής βασίζονται σε λίγους, επιλεγμένους σούπερ σταρ των πωλήσεων, που ο καθένας καταφέρνει ένα μεγάλο

όγκο πωλήσεων. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι ακριβώς το αντίθετο: βασίζεται σε πολλούς ανθρώπους που καταφέρνουν ένα μικρό κομμάτι ο καθένας.

Γι' αυτό και ονομάζουμε αυτή τη μέθοδο:

«Το φραντσαίζ των ανθρώπων».

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ συνδυάζει με επιτυχία όλα τα κερδοφόρα οφέλη του φραντσαίζ,

ενώ εξαλείφει συγχρόνως τα μεγάλα μειονεκτήματα του.

· Δεν υπάρχει αμοιβή φραντσαίζ, επειδή είστε ένας ανεξάρτητος

επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ.

- Δεν πληρώνεται ποσοστά από τις πωλήσεις σας πίσω στην εταιρία.
- Δεν υπάρχουν προσλήψεις, απολύσεις ή διοίκηση υπαλλήλων.
- Δεν υπάρχει καμία από τις απαιτήσεις που σας τρώνε όλοτο χρόνο όπως μία δουλειά 7 ημερών την εβδομάδα,ή 15 ωρών την ημέρα λειτουργία καταστήματος λιανικής.
- Υπάρχει το δυναμικό πλεονέκτημα της προσφοράς υπέρ-υψηλής ποιότητας, μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών που καλύπτουν τις υψηλές απαιτήσεις των καταναλωτών και η μεγάλη αξία των ανθρωπίνων σχέσεων.
- Υπάρχει η ανεξαρτησία της επιλογής:επιλέγετε με ποιον, πότε, που και πως δουλεύετε.
- Υπάρχει η ελευθερία της επιχείρησης με έδρα το σπίτι και η πιθανότητα των φορολογικών απαλλαγών που προσφέρει.
- Υπάρχει ευελιξία στην επιλογή μερικής ή ολικής απασχόλησης, σύμφωνα με τη μοναδική κατάσταση στην οποία βρίσκεστε.
- Υπάρχει η δυνατότητα να πολλαπλασιάσετε τον χρόνο και την ενέργεια σας και να κερδίσετε εισόδημα από τις προσπάθειες των άλλων.
- Υπάρχει το εξαιρετικά περιορισμένο ρίσκο εκκίνησης που απαιτεί μόνο μερικές εκατοντάδες δολάρια.
- Υπάρχει η αποδεδειγμένη πιθανότητα ανταμοιβής τόσο με το εισόδημα που κερδίζετε όσο και

με συνεχιζόμενο εισόδημα, που μπορεί να κυμαίνεται από \$500 ή \$1000 έξτρα την εβδομάδα

μέχρι \$10.000, \$25.000 ή και περισσότερα.

- Είναι μια υπέροχη δουλειά και για το Internet επίσης.Όταν συνδυάζεται την τεχνική του Δικτυακού Μάρκετινγκ με την τεχνολογία του email και του web,μπορεί και να έχετε την πιο τέλεια επιχείρηση από όλες...
- Και τέλος, υπάρχει ακόμα η ευκαιρία για εσάς να είστε ένας από τους πρώτους που μπαίνουν

στη βιομηχανία, μία βιομηχανία που μόλις έχει ξεκινήσει τον κύκλο της ραγδαίας της ανάπτυξης...μία βιομηχανία που δημιουργεί επανάσταση στον τρόπο

που ο κόσμος αγοράζει και πουλά τα πάντα!

Δεν υπήρξε ποτέ καλύτερη στιγμή από τώρα για να κοιτάξετε σοβαρά το Δικτυακό Μάρκετινγκ.«Το φραντσάιζ των ανθρώπων» είναι μία εξαιρετική έννοια και η ώρα του έχει έρθει, σήμερα!

Τώρα είναι η καλύτερη ώρα να επενδύσετε στο Δικτυακό Μάρκετινγκ για να έχετε τα καλύτερα αποτελέσματα. Είναι σα να έχετε τη δυνατότητα να αγοράσετε χρυσό με \$49 το κιλό!

Βρείτε σήμερα το χρόνο να ελέγξετε τα πλεονεκτήματα που θα έχετε χτίζοντας τη δική σας επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ. Είναι μία άμεση και απλή, με χαμηλό ρίσκο επένδυση, και υπόσχεται να σας επιστρέψει τις πιο εκπληκτικές ανταμοιβές που μπορείτε να φανταστείτε.

ΝΑ ΕΙΣΤΕ Ο ΕΑΥΤΟΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

Εδώ θα ανακαλύψουμε το πως συνηθισμένοι άνθρωποι κτίζουν επιχειρήσεις Δικτυακού Μάρκετινγκ. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ, όπως και όλος ο κόσμος, έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τα τελευταία 60 χρόνια που υπάρχει. Από νέος κλάδος -που έδινε αγώνα για την επιβίωση του στα "εφηβικά" του χρόνια- μπαίνει τώρα στην ενήλική του ζωή -με τη νεανική του ορμή να τον χαρακτηρίζει ακόμη-αλλά και με πολύ σοφία σε αυτή του τη διαδρομή.

Στο παρελθόν ο εστιασμός του MLM ήταν κυρίως στη στρατολόγηση, είχε

εξελιχθεί σε ένα "παιχνίδι αριθμών". Σήμερα η νέα εποχή και έμφαση του βρίσκονται στην συγκράτηση, στη διατήρηση δηλαδή των μελών των δικτύων. Βλέπεις,όσα περισσότερα άτομα παραμένουν στην ομάδα σου, τόσα λιγότερα διαρκώς χρειάζεται να στρατολογήεις. Αυτό με τη σειρά του σημαίνει ότι ο "τύπος πωλητή" χάνει το πλεονέκτημα που είχε παλαιότερα. Τώρα πια συνηθισμένοι άνθρωποι μπορούν να έρθουν στο προσκήνιο και να κτίσουν σημαντικές επιχειρήσεις, είτε για extra χρήματα, είτε για να αντικαταστήσουν τον μισθό τους, είτε για να κερδίσουν τέτοια εισοδήματα που θα τους επιτρέψουν να έχουν επιτέλους τον τρόπο ζωής που επιθυμούν. Σε αυτή την ιστοσελίδα θα μαθαίνετε νέες ιδέες και νέους τρόπους για να κτίσετε μια δικτυακή επιχείρηση. Ελπίζω να βρείτε κάποιες από αυτές τις ιδέες ελκυστικές, εάν μάλιστα αυτά που μέχρι τώρα κάνατε δεν σας έδωσαν τα αποτελέσματα που επιθυμούσατε, τότε ίσως είναι λογικό να αρχίσετε να κάνετε διαφορετικά πράγματα.

Όταν για πρώτη φορά ερευνήστε το Δικτυακό Μάρκετινγκ σαν μια σημαντική επιχείρηση που μπορείτε να κάνετε από το σπίτι, πως σας είδατε ε αυτό;

Ελευθερία;Απεριόριστο εισόδημα;Διασκέδαση;Ενθουσιασμό; Νέους φίλους;Επιχειρηματική ευκαιρία;

Άρα να συμπεράνω ότι επιδιώξατε κάποιο ή κάποια από αυτά;

Όμως,τώρα τι βλέπετε;

Σκληρή δουλειά;Απόρριψη;Ελάχιστο εισόδημα;Λίγους φίλους;Πίεση;Άγχος;Αμφιβολία;
...Και κάποιος να κρατάει σβηστά τα φώτα εκεί στο τέλος του τούνελ;

Τι έγινε λοιπόν;

- Μήπως σας είπαν ή σας εκπαίδευσαν να κάνετε κάποια συγκεκριμένα πράγματα για να κτίσετε την επιχείρηση, τα οποία ΑΠΛΑ ΔΕΝ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ;

- Μήπως σας εκπαίδευσαν ή σας είπαν ότι θα έπρεπε να ΛΕΤΕ πράγματα που απλά ΔΕΝ ΘΕΛΑΤΕ να λέτε;
- Μήπως ανακαλύψατε ότι η λεγόμενη επιχειρηματική εκπαίδευση σας έκανε να νοιώθετε μέσα σας ΑΒΟΛΑ;
- Όταν σκέπτεστε να κάνετε την επιχείρησή σας, μήπως αυτό σας δημιουργεί περισσότερο άγχος από αυτό που παίρνετε καθημερινά από αλλού;
- Μήπως σας είπαν ότι η απόρριψη είναι μ,μέρος της δουλειάς μας και θα πρέπει να συνηθίσετε σε αυτή;
- Μήπως σας είπαν πως για πετύχετε θα πρέπει να βγείτε έξω από τη "Ζώνη Άνεσης" σας;
- Μήπως ανακαλύψατε πως πολλά από αυτά που ο ανάδοχος σας ή η γραμμή αναδοχής σας ή ακόμη η εταιρία σας σας λένε ότι πρέπει να ΚΑΝΕΤΕ στη δικτύωση, απλά δεν σας φαίνονται σωστά;

Αν ΑΥΤΑ ΣΑΣ ΣΥΜΒΑΝΟΥΝ...ηρεμείστε, δεν είστε οι μόνοι!!!Περίπου το 85% ή 8-9 άνθρωποι στους 10 λένε

"Αισθάνομαι τόσο άβολα με το Δικτυακό Μάρκετινγκ..."

"Ορισμένες φορές παραλύω, γιατί απλά δεν ξέρω τι νοιώθω..."

"Το βρίσκω πολύ δύσκολο να παρακινηθώ..."

"Ξέρω τι πρέπει να κάνω, απλά δεν θέλω να το κάνω..."

"Νοιώθω τόσο απογοητευμένος..."

"Δεν νομίζω ότι θα συνηθίσω ποτέ την απόρριψη..."

"Αρχίζω να σκέφτομαι ότι μάλλον ήμουν βιαστικός που ασχολήθηκα με το δικτυακό μάρκετινγκ...."

Λοιπόν γιατί άραγε η πλειοψηφία των ανθρώπων σκέφτονται κατ' αυτό τον τρόπο;

Να ποια είναι η άποψη μου

ΕΙΝΑΙ ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΦΤΙΑΧΤΗΚΑΝ ΑΠΟ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΠΟΥ ΒΡΗΚΑΝ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΑ ΑΥΤΑ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ

ΓΙΑ ΑΥΤΟΥΣ

Αγάπησαν αυτά τα πράγματα, που οι περισσότεροι από εμάς βρίσκουμε να είναι ΔΥΣΚΟΛΑ.

Στην πραγματικότητα βρήκαν αυτά τα πράγματα τόσο απλά που πείστηκαν ότι αυτός είναι ο ΜΟΝΟΣ τρόπος για να κάνεις την επιχείρηση και ξόδεψαν όλη τη ζωή τους προσπαθώντας να αλλάξουν οποιοδήποτε στην ομάδα τους ΔΕΝ ΗΤΑΝ ΣΑΝ ΚΙ ΑΥΤΟΥΣ.

Ξέρεις για ποιούς μιλάω. Ξεχωρίζουν σαν την μύγα μες στο γάλα!!!

Να το τι λένε (κυρίως είναι δε άνδρες. Κι αυτό το αναφέρω διότι κατά κανόνα ΟΛΟΙ οι επιτυχημένοι δικτυωτές είναι ΓΥΝΑΙΚΕΣ):

- Πρέπει να μιλάς σε 10 άτομα κάθε μέρα.
- Πρέπει να κάνεις μια λίστα 100 ανθρώπων και να μιλήσεις σε όλους.
- Πρέπει να φέρνεις καλεσμένους σε κάθε παρουσίαση επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- Πρέπει να πηγαίνεις σε κάθε σεμινάριο αν θες να μάθεις αυτή την επιχείρηση.
- Πρέπει να εισάγεις 5., που θα εισάγουν 5... που θα εισάγουν 5....
- Πρέπει να κάνεις με ολική απασχόληση αυτή την επιχείρηση όσο το δυνατόν συντομότερα.
- Πρέπει να αργαστείς σκληρά για να βγάλεις αυτά τα χρήματα.
- Πρέπει να τηλεφωνείς στα άτομα του δικτύου σου για να τα διατηρείς την υποκίνηση τους.
- Πρέπει να αφήσεις τη σταθερή δουλειά σου αν θες να απογειωθείς.
- Πρέπει να είσαι σοβαρός αν θες να βγάλεις λεφτά.

Νομίζω ότι πιάσατε το νόημα.

Όμως, δούλεψε κάποια από αυτές τις στρατηγικές για εσάς; Όχι, φυσικά. Γιατί δεν δουλεύει, βλέπετε, για τους περισσότερους ανθρώπους, τις περισσότερες φορές.

Και φυσικά δεν είναι το ότι δεν μπορούμε να τα κάνουμε αυτά. **Είναι το ότι δεν θέλουμε να τα κάνουμε.**

Αυτή η προσέγγιση δεν ταιριάζει καθόλου ΜΕ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΕΙΜΑΣΤΕ. Αυτή η προσέγγιση "επιτίθεται" στη διαίσθηση μας και ενοχλεί την ψυχή μας. Γιατί βαθιά στην καρδιά μας ξέρουμε πως δεν είναι σωστή.

Αυτές οι στρατηγικές εγγυώνται την αποτυχία για τους 9 στους 10 ανθρώπους που τις δοκιμάζουν. Και το παράδοξο είναι ότι το 15% που τις δημιουργήσε, κατηγορεί το 85% που δεν τις εφαρμόζει, λέγοντας ότι είναι ανόητοι ή δεν έχουν δέσμευση.

Αυτό κι αν είναι τρελό!

Μη στηριχθείς όμως στα λόγια έτσι απλά Κοίταξε και γύρω σου.

Οι περισσότεροι άνθρωποι στην εταιρία σου είναι κολλημένοι σε ένα επίπεδο., κι αυτό συμβαίνει σε κάθε εταιρία. Η αποτυχία αυτών των χωρίς χρησιμότητα στρατηγικών και του κυρίαρχου τρόπου σκέψης που βρίσκεται πίσω από αυτές, είναι αυταπόδεικτη.

Όμως η αλήθεια είναι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι δεν θέλουν τα παρακάτω:

1. Δεν θέλουν να πηγαίνουν στις παρουσιάσεις επιχειρηματικής ευκαιρίας...ούτε καν στις συναντήσεις.
2. Δεν θέλουν να μάθουν, τα "μαθήματα" του προγράμματος αμοιβών....το πρόγραμμα του υπολογιστή που τα υπολογίζει αυτά κοστίζει πανάκριβα, γιατί τότε θα πρέπει να τα μάθουν κι αυτοί;
3. Δεν θέλουν "να πρέπει" να μιλάνε. σε 10 άτομα την ημέρα....το να πλησιάζουν αγνώστους δεν αρέσει στους περισσότερους.
4. Δεν θέλουν να "πρέπει" να ετοιμάζουν μια λίστα 100 ατόμων και να τους τηλεφωνήσουν. Ο καθένας αρνείται να κάνει κάτι τέτοιο ακόμη κι αν ανήκει στο 15%.

5. Δεν θέλουν να "πρέπει" να εργαστούν σκληρά... ήδη δουλεύουν σκληρά και δεν τους αρέσει.
6. Δεν θέλουν να είναι "σοβαροί"... θέλουν απλά να διασκεδάζουν και να είναι χαρούμενοι.
7. Δεν θέλουν να συνηθίσουν στην απόρριψη, δεν θέλουν καμία απόρριψη.
8. Δεν θέλουν να χάσουν τους φίλους τους...γιατί να χάσεις έστω κι ένα από αυτούς για χάρη οποιουδήποτε προϊόντος ή επιχειρηματικής ευκαιρίας;
9. Μα πάνω από όλα δεν θέλουν ΚΑΝΕΙΣ να τους λέει ΤΙ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ να κάνουν.Ούτε ο ανάδοχος, ούτε η γραμμή αναδοχής , ούτε η εταιρία τους Και ξέρετε ποιοι περισσότερο από όλου δεν θέλουν να τους λένε τι να κάνουν;Το 15% , που δίνει όλες τις εντολές!!!Τι έκπληξη!

Στη συνέχεια ανακάλυψα ότι να και όλοι οι κανόνες έχουν γίνει από το 15%, ΟΛΟΣ ο τζίρος-σχεδόν- πωλήσεων που δημιουργείται σε ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ δίκτυο, δημιουργείται από το 85% που μισεί όλους αυτούς τους κανόνες!!!

Όλοι αυτοί είναι άνθρωποι σαν κι εσένα, που παλεύουν μόνοι τους, σε πλήρη σύγκρουση με τη διαίσθηση τους και με την κρίση τους και συχνά ενάντια στο τι τους λέει ο ανάδοχος, η γραμμή αναδοχής, η εταιρία τους και οι περισσότεροι εκπαιδευτές. Αυτό που έχουμε εδώ λοιπόν είναι μια μεγάλη ομάδα ΑΣΥΜΒΙΒΑΣΤΩΝ.

Είναι οι άνθρωποι που αγνοούν τους κανόνες και λειτουργού με άλλον τρόπο.

Ε΄ιναι άνθρωποι ΑΚΡΙΒΩΣ ΣΑΝ ΚΙ ΕΣΕΝΑ που αισθάνονται ότι κολυμπούν διαρκώς ενάντια στο ρεύμα.

Αγαπούν το μονοπάτι...αγαπούν τον ποταμό...αγαπούν τη θέα...αγαπούν την ιδέα του Δικτυακού Μάρκετινγκ.

Αλλά ορισμένες φορές...είναι τόσο δύσκολο!

Δεν σας ακούγονται όλα αυτά οικεία; Σαν να τους γνωρίζετε τους περισσότερους προσωπικά;

Κι όμως ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ να γίνει με τον ΔΥΣΚΟΛΟ ΤΡΟΠΟ.Απο κανέναν. Δεν χρειάζεται οποιοςδήποτε να λέει αυτά που του λένε ότι πρέπει και να κάνει αυτά που του λένε καν κάνει. Δεν χρειάζεται να ακολουθήσετε τις πατημασιές κάποιου ή τους κανόνες του Μπορείτε να δημιουργήσετε τις δικές σας.

Δεν χρειάζεται να βγείτε από την Ζώνη Άνεσης σας για να πετύχετε.

Δεν χρειάζεται να κάνετε οτιδήποτε δεν θέλετε να κάνετε.

Ανακαλύψτε τον εαυτό σας...Ανακαλύψτε το πως να κάνετε το Δικτυακό Μάρκετινγκ να δουλέψει για σας.

1.14 ΑΠΟΚΑΛΥΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

Αποκάλυψη 1:Γιατί δεν μπορείς και εσύ;

Τα άτομα στην κορυφή αυτής της επιχείρησης είναι άτομα συνηθισμένα που έχουν γίνει ασυνήθιστα ισχυρά σε όρους σχέσεων και υλικών επιτευγμάτων. Οι κορυφαίοι σε επιτυχία προέρχονται από όλα τα χρώματα,σχήματα,μεγέθη,επίπεδα μόρφωσης και εργασιακές προϋπηρεσίες. Το μεγαλύτερο μάθημα είναι πως αν μπορεί η γραμμή αναδοχής σου να φτάσει στην κορυφή, τότε μπορείς και εσύ.

Αποκάλυψη 2 "Εάν περπατά σαν πάπια, και μιλά σαν πάπια,πιθανώς να είναι πάπια"

Εάν πετάει σαν αετός και ενεργεί σαν αετός, τότε είναι αετός:Οι μεγάλοι ηγέτες της γραμμής αναδοχής σου ήσαν ακατέργαστα διαμάντια τα οποία

επεξεργάστηκαν στη διαδρομή. Παρατήρησε τους προσεκτικά. Τι σου αρέσει περισσότερο σε αυτούς; Πως ντύνονται; Ποιοι είναι οι τρόποι τους; Πόσο ειλικρινείς και φιλικοί είναι; Πως επικοινωνούν με τους άλλους;

Τι μπορείς να μάθεις από αυτούς; Τι συνήθειες και ενέργειες μπορείς να συναγωνιστείς; Τι κοινά σημεία έχετε

Τι τους κάνει ξεχωριστούς;

Αποκάλυψη 3: Αντιμετώπιζε την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη σαν ίσης σπουδαιότητας χαρακτηριστικά

Όταν ξεκίνησα τη Δικτύωση με επιτυχημένους διανομείς του Δικτυακού Μάρκετινγκ, παρατήρησα κάτι πράγματι αποκαλυπτικό. Είχαν περισσότερη διασκέδαση στις συναντήσεις από ότι είχαν τα περισσότερα άλλα παραδοσιακά στελέχη εταιριών. Οι προσωπικές τους συνήθειες είχαν την τάση να είναι υγιέστερες. Τα παιδιά τους τους ακολουθούσαν στις περισσότερες εκδηλώσεις, και παρατήρησα ότι και αυτά εξέπνεε ένα θετικό κλίμα. Και το πιο σημαντικό βέβαια, ότι οι σύζυγοι αντιμετωπίζοντας σαν ισότιμοι συνεταίροι, μοραζόμενοι την αναγνώριση στις εκδηλώσεις και τα βραβεία. Αυτό είναι κάτι σπάνιο στον επιχειρηματικό κόσμο ή στον κυβερνητικό κόσμο. Η προσωπική ανάπτυξη που έχεις στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, με τους μήνες και τα χρόνια με άλλα άτομα π[ρ]ου μοιράζεστε ίδιους στόχους και όνειρα, θα αξίζει περισσότερο από όλα τα υλικά περιουσιακά στοιχεία που θα αποκτήσεις μέσα από αυτό. Εάν μείνεις αφοσιωμένος και εμπλακείς σε ένα δίκτυο που σε καλλιεργεί , και ξοδέψεις ποιοτικό χρόνο με επιτυχημένα "άτομα της αναδοχής σου, ποτέ δεν θα είσαι ο ίδιος ξανά. Σε ένα χρόνο το στυλ της ζωής σου θα έχει μια μόνιμη , θετική αλλαγή προς το καλύτερο. Αυτό από μόνο αξίζει κάθε απόρριψη και κριτική, κάθε συνάντηση που προσκαλείς και στην οποία εμφανίζονται μόνο 2-3 από όσους υποσχέθηκαν να έρθουν , και κάθε απογοήτευση και καθυστέρηση που θα γευθείς στην προσπάθεια; σου να κτίσεις το δίκτυο σου.

Αποκάλυψη 4: Η αξία πρέπει πρώτα να εσωτερικεύεται πριν πάρει υλική μορφή

Δεν έχω ποτέ συναντήσει κάποιο κορυφαίο δικτυωτή, που να μην ενδυναμώνει τις βασικές αξίες τους, διαβάζοντας τα καλύτερα βιβλία προσωπικής ανάπτυξης ή ακούγοντας τα καλύτερα ακουστικά προγράμματα σε διαρκή βάση. Τα άτομα που διαβάζουν περισσότερο είναι και αυτά που επιτυγχάνουν περισσότερο, άσχετα με το τι επάγγελμα κάνουν. Τα άτομα του Δικτυακού Μάρκετινγκ παίρνουν διαρκή πνευματική τροφή από βιβλία και κασέτες. Βιβλία, κασέτες, newsletters, προγράμματα του computer, on-line υπηρεσίες και σεμινάρια, είναι τα εργαλεία τους για το κτίσιμο μιας αυτοκρατορίας στο μυαλό σου. Διάβαζε τα προτεινόμενα από την γραμμή αναδοχής σου βιβλία. Άκουγε όσα βιβλία υπάρχουν σε κασέτες ή υλικό που υπάρχει σε κασέτες στο αυτοκίνητο σου, όταν ασκείσαι ή κάνεις πράγματα που δεν απαιτούν την συγκέντρωσή σου. Διάβαζε βιογραφίες ατόμων που ξεπέρασαν σημαντικά εμπόδια. Θα λάβεις έτσι αναμενόμενα αλλά και μη αναμενόμενα οφέλη. Δεν είναι μόνο καλύτερο να μαθαίνεις από τις εμπειρίες των άλλων παρά από τις δικές σου δοκιμές και λάθη, αλλά σύντομα θα ανακαλύψεις ότι βελτιώνονται οι επικοινωνιακές σου δεξιότητες, το λεξιλόγιό σου γίνεται πλουσιότερο και ο φόβος του κινδύνου και της απόρριψης εξαφανίζονται.

Αποκάλυψη 5: Να παρατηρείς τα άτομα στο βάθος του δικτύου σου

Επιπλέον της παρατήρησης της γραμμής αναδοχής σου για καθοδήγηση και ρόλους - μοντέλα, κατάλαβε επίσης ότι κάποιος στο βάθος του δικτύου σου έχει τη μεγαλύτερη δυνατότητα επιτυχίας από οποιοδήποτε άτομο στο δίκτυο σου. Ο David Ogilvy, έδινε σε κάθε επικεφαλή τμήματος της διαφημιστικής του εταιρίας μια κούκλα Μπαμπούσκα -την βαμμένη Ρωσική κούκλα με τις πέντε μικρότερες κούκλες που βρίσκονται στο εσωτερικό της. Το μήνυμά τους στο νέο στέλεχος που βρίσκονταν μέσα στην μικρότερη κούκλα έλεγε,

"Εάν προσλαμβάνεις άτομα μικρότερα από ότι είμαστε τότε θα γίνουμε ένας οργανισμός νάνων. Εάν προσλαμβάνεις άτομα μεγαλύτερα από ότι είμαστε τότε θα γίνουμε ένα οργανισμός γιγάντων".

Και αυτό πράγματι έγινε η εταιρία Oglivy & Mather“Μία από τις μεγαλύτερες διεθνείς και πιο φημισμένες διαφημιστικές εταιρίες.

Βοηθώντας τον καθένα να γίνει επιτυχημένος, επιδεικνύεις το πιο επιτυχημένο γνώρισμα των ατόμων που έχουν αξιοθαύμαστες επιτυχίες. Τα οικονομικά οφέλη και ανταμοιβές είναι υποπροϊόντα αυτού. Η ομορφιά της δικτύωσης είναι ότι ποτέ δεν ξέρεις όταν βοηθάς κάποιον να επιτύχει , ποιο είναι η πραγματική δυναμική της σύνδεσης σου με αυτό το άτομο. Αντιο να προσπαθείς εγωιστικά να κτίσεις την αυτοκρατορία σου, βοηθάς τον καθένα που συναντάς να κτίσει τα δικά του όνειρα και να λύσει τα προβλήματα του. Σε μια βραδιά καταιγίδας πριν πολλά χρόνια, ένα ηλικιωμένο ζευγάρι μπήκε σε ένα ξενοδοχείο και ζήτησε ένα δωμάτιο.

"Λυπούμαι, τους είπε ο υπάλληλος της νυκτερινής βάρδιας, είμαστε γεμάτοι με ένα Συνέδριο .Κανονικά θα σας έστελνα σε ένα άλλο ξενοδοχείο που χρησιμοποιούμε σε τέτοιες περιπτώσεις , αλλά ξέρω ότι" ..και ξαφνικά σταμάτησε για ένα λεπτό και συνέχισε "Δεν μπορώ να φανταστώ να σας βγάλω πάλι έξω με τέτοιο καιρό.Μπορεί να μην είναι μια ακριβή σουίτα,αλλά μπορείτε να μείνετε στο δωμάτιο μου.Είναι καθαρό, εγώ θα μείνω εδώ, θα τελειώσω τη βάρδια μου, θα διαβάσω λίγο και θα δουλέψω στο γραφείο".

Οι έκπληκτοι ταξιδιώτες έδειξαν ότι ένιωσαν άβολα με την προφορά του υπαλλήλου , αλλά με ευγνωμοσύνη δέχθηκαν την προσφορά του. Όταν την άλλη μέρα ο άνδρας πήγε στη ρεσεψιόν για να πληρώσει το λογαριασμό του, ο υπάλληλος ήταν ακόμη εκεί και του είπε "Δεν υπάρχει καμία χρέωση,βλέπετε ζω εδώ διαρκών"

Ο ηλικιωμένος κύριος του απάντησε" Είσαι το είδος του ατόμου που ο κάθε ιδιοκτήτης ξενοδοχείου ονειρεύεται να έχει ως εργαζόμενο. Ίσως κάποια μέρα κτίσω ένα ξενοδοχείο για εσένα"

Πέρασαν λίγα χρόνια, και μια μέρα ο υπάλληλος του ξενοδοχείου - που ήταν ακόμη στην ίδια θέση- έλαβε μια συστημένη επιστολή από αυτό τον άνδρα που είχε εξυπηρετήσει. Τα σχόλια του ήταν εγκωμιαστικά για όσα συνέβησαν εκείνη τη βραδιά με την καταιγίδα. Τον προσκαλούσε να τον επισκεφθεί στην Νέα Υόρκη και του είχε μέσα στην επιστολή ένα εισιτήριο πήγαινε -έλα. Όταν ο υπάλληλος του ξενοδοχείου έφτασε μετά από λίγες μέρες συναντήθηκε με

τον θαυμαστή του στην γωνία της Πέμπτης Λεωφόρου και της Οδού 34, που βρίσκονταν ένα θαυμάσιο νέο κτίριο.

"Αυτό -του είπε- είναι το ξενοδοχείο που έκτισα για να διοικήσεις εσύ"

"Δεν μιλάτε σοβαρά, έτσι δεν είναι", απάντησε με έκπληξη ο υπάλληλος.

"Κάποιο κόλπο θα υπάρχει. Γιατί εμένα, και ποιος είστε τελικά;"

"Ονομάζομαι William Waldford-Astoria και δεν υπάρχει κανένα κόλπο σε αυτό."

Είσαι το άτομο που θέλω να λειτουργήσει αυτό το ξενοδοχείο."

Το ξενοδοχείο ήταν το γνωστό πια Waldford-Astoria και ο νεαρός υπάλληλος που δέχθηκε την [προσφορά να είναι ο πρώτος manager του ήταν ο George C. Boldt.

Άσχετα από το ποιος είναι ο προσωπικός ή οικονομικός στόχος, ο στόχος καριέρας ή οποιοσδήποτε άλλος στόχος σας. γίνεται τέλειο στο να βοηθάτε όσο περισσότερους ανθρώπους μπορείτε να επιτυγχάνουν. Ο μυστικός πλούτος στο Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι η ακεραιότητα των σχέσεων σας με τους ανθρώπους. Βοηθώντας τους άλλους να επιτυγχάνουν καθημερινά, η δική σας επιτυχία είναι εγγυημένη. Αυτό είναι το μεγαλύτερο μάθημα που πήρα ποτέ

1.15 ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΜΑΣ

Για να έχετε μια σταθερή και διαρκή ανάπτυξη της δικτυακής σας επιχείρησης, θα πρέπει να ΚΤΙΣΕΤΕ την εικόνα του επαγγελματία. Το δικτυακό μάρκετινγκ, βλέπετε, γίνεται με επαγγελματικό ή με ερασιτεχνικό τρόπο.

Και αυτό δεν έχει να κάνει με το αν κάνετε την επιχείρηση με μερική ή ολική

απασχόληση. Έχει να κάνει με τη νοοτροπία σας, με τον τρόπο που σκέφτεστε για την επιχείρησή σας, με τον τρόπο που παρουσιάζετε την επιχείρησή σας, με τον τρόπο που δραστηριοποιήστε στην επιχείρησή σας.

Επαγγελματίες ή ερασιτέχνες λοιπόν;

Να 7 πράγματα που ξεχωρίζουν τους επαγγελματίες από τους ερασιτέχνες.

1. **Οι επαγγελματίες έχουν ένα δυνατό ΓΙΑΤΙ,ένα σαφή ΛΟΓΟ** για τον οποίο κάνουν αυτή την επιχείρηση.Άλλοι για πρόσθετο εισόδημα, άλλοι για να ξεπληρώσουν πιστωτικές κάρτες και δάνεια,άλλοι για πλήρη οικονομική ελευθερία,κλπ. Οι επαγγελματίες έχουν ΛΟΓΟ για να κάνουν την επιχείρηση. Αντίθετα οι ερασιτέχνες το κάνουν ως χόμπι. Όπως ασχολούνται με τον κινηματογράφο, ασχολούνται και με το δικτυακό μάρκετινγκ.
2. **Οι επαγγελματίες αντιλαμβάνονται ότι έχουν μια επιχείρηση:** Και μια επιχείρηση έχει συγκεκριμένες ώρες λειτουργίας. Τώρα αυτές μπορεί 5-10-15 την εβδομάδα για τον καθένα. Όμως είναι σταθερές και συγκεκριμένες,όσες και να είναι. Όμως δεσμεύονται να λειτουργούν αυτές τις ώρες την επιχείρησή τους. Και κάθε εβδομάδα αφιερώνουν στην επιχείρησή τους αυτές τις ώρες. Οι ερασιτέχνες από την άλλη δεν αναλαμβάνουν καμία χρονική δέσμευση απέναντι στην επιχείρησή τους. Βάζουν λίγο χρόνο, αλλά χωρίς σκέψη για την κατανομή και χωρίς συνέχεια.
3. **Οι επαγγελματίες γνωστοποιούν την ύπαρξη της επιχείρησής τους και αναζητούν συνεργάτες και πελάτες:** Πώς είναι δυνατόν άλλωστε κάποιος να ενδιαφερθεί για την επιχειρηματική ευκαιρία που έχετε 'η τα προϊόντα που διαθέτετε, αν δεν το γνωρίζει; Είναι σαν να ανοίγατε ένα παραδοσιακό κατάστημα, δεν βάζατε ταμπέλα, δε'ν είχατε βιτρίνα, δεν κάνατε διαφήμιση, ούτε εγκαίνια και παρόλα αυτά να περιμένατε να έρθουν πελάτες και συνεργάτες σε αυτό. Οι επαγγελματίες διαρκώς γνωστοποιούν την επιχείρησή τους και αναζητούν πελάτες και συνεργάτες. Από την άλλη οι ερασιτέχνες δεν κάνουν οργανωμένα

τίποτα από τα παραπάνω. Απλά περιμένουν "να τους δοθεί η ευκαιρία" για να μιλήσουν σε κάποιον.

4. **Οι επαγγελματίες είναι οι καλύτεροι πελάτες της επιχείρησής τους:** Πρώτα αυτοί αγοράζουν και χρησιμοποιούν όλα τα προϊόντα που έχει η επιχείρησή τους. Δεν δίνουν ούτε μισό ευρώ αλλού, αν τέτοιο προϊόν έχει και η επιχείρησή τους. Οι ερασιτέχνες, αντίθετα, δεν χρησιμοποιούν τα προϊόντα της επιχείρησής τους, ή το κάνουν περιστασιακά.
5. **Οι επαγγελματίες γνωρίζουν ότι έχουν έναν ετήσιο στόχο για την επιχείρησή τους:** Ξέρουν τι τζιρό πρέπει να κάνουν, ξέρουν τι θέλουν να κερδίζουν από αυτή σε ένα χρόνο και φυσικά έχουν ένα πρόγραμμα για το πως θα τα επιτύχουν. Οι ερασιτέχνες από την άλλη δεν έχουν ούτε στόχο, ούτε πρόγραμμα.
6. **Οι επαγγελματίες έχουν ένα δοκιμασμένο σύστημα εργασίας** που θα τους οδηγήσει στην επιτυχία των στόχων τους. Ένα σύστημα που ταιριάζει στους στόχους τους αλλά και στα ταλέντα τους. Και δεν το αλλάζουν διαρκώς. Οι ερασιτέχνες από την άλλη ή δεν έχουν σύστημα ή δανείζονται συστήματα άλλων που δεν τους ταιριάζουν.
7. **Οι επαγγελματίες αφιερώνουν χρόνο στην προσωπική τους βελτίωση και στη διαρκή τους εκπαίδευση στο δικτυακό μάρκετινγκ:** Έχουν έναν προσωπικό μέντορα, έναν coach και γίνονται με την βοήθεια του μέντορες των συνεργατών τους και τους μαθαίνουν πως και αυτοί να γίνουν μέντορες των δικών τους συνεργατών. Διαβάζουν τουλάχιστον ένα θετικό βιβλίο τον μήνα, κάνουν το αυτοκίνητο τους κινητή "ακουστική" βιβλιοθήκη, παρακολουθούν σεμινάρια. Αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν την αρχή "Οι επιχειρήσεις μας θα βελτιώνονται ΟΣΟ και ΟΠΩΣ εμείς βελτιωνόμαστε"

Εσείς λοιπόν τι επιλέγετε να είστε .Επαγγελματίες ή ερασιτέχνες;

1.16 Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Είναι μύθος, και επικίνδυνο πιστεύω για την ανάπτυξη της επιχείρησής σας, ότι όλοι οι άνθρωποι που γνωρίζετε και συναντάτε κάνουν για συνεργάτες σας στο δικτυακό μάρκετινγκ

Η αλήθεια είναι ότι ενώ το Δικτυακό Μάρκετινγκ κάνει για όλους, δεν κάνουν όλοι για το δικτυακό μάρκετινγκ. Αν αυτό το καταλάβετε, θα κερδίσετε πολύτιμο χρόνο. Εάν δεν το καταλάβετε θα υποστείτε το τίμημα: τα ΟΧΙ, τις απογοητεύσεις και την καθυστέρηση στην ανάπτυξη του δικτύου σας, η οποία -αν δεν έχετε ήδη ένα δυνατό ΓΙΑΤΙ μπορεί να σας οδηγήσει και την χειρότερη επιλογή που είναι να τα παρατήσετε.

Κερδίζετε λοιπόν χρόνο και καλύτερες πιθανότητες , εάν αναζητάτε στους υποψηφίους σας 5 χαρακτηριστικά:

ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΩΔΕΙΣ

Τα άτομα που αναζητούν την περιπέτεια, είναι και τα άτομα αντιμετωπίζουν και ξεπερνούν κάθε φόβο με ΔΡΑΣΗ. Είναι τα άτομα που ΔΡΟΥΝ και όχι απλά ΣΚΠΕΠΤΟΝΤΑΙ ότι θα ήταν καλό να δράσουν. Είναι τα άτομα που βλέπουν τη ζωή σαν μια όμορφη περιπέτεια κι όχι σαν ένα ...βάρος, 'η σαν ταξίδι γεμάτο....κινδύνους.

ΔΕΝ ΦΟΒΟΥΝΤΑΙ ΝΑ ΔΟΚΙΜΑΣΟΥΝ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ

Στο μάρκετινγκ αυτά τα άτομα τα ονομάζουμε νεωτεριστές. Είναι τα άτομα που έχουν την περιέργεια, την θέληση για δοκιμή, τη θέληση να είναι μέσα στα πράγματα , τη θέληση να είναι οι πρώτοι που θα δοκιμάσουν κάτι νέο.

ΔΕΝ ΤΟΥΣ ΝΟΙΑΖΕΙ ΤΙ ΣΚΕΦΤΟΝΤΑΙ ΟΙ ΑΛΛΟΙ ΓΙΑ ΑΥΤΟΥΣ

Είναι βασικό χαρακτηριστικό. Δεν τους ενδιαφέρει τι θα πουν οι άλλοι και πως θα τους χαρακτηρίσουν όταν ξεκινήσουν μια επιχείρηση για το δικτυακό μάρκετινγκ. Ξέρουν καλά ότι οι άλλοι δεν είναι εκείνοι που θα τους βοηθήσουν να βελτιώσουν τη ζωή τους. Για αυτό και ούτε κρίνουν τους άλλους , ούτε τους

απασχολεί πως τους κρίνουν οι άλλοι.

ΤΟΥΣ ΑΡΕΣΕΙ ΝΑ ΔΙΑΣΚΕΔΑΖΟΥΝ ΚΑΝΟΝΤΑΣ ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ

Και αυτό είναι στάση ζωής. Το έχει ή δεν το έχει κάποιος. Η δικτυακή επιχείρηση για να έχει ενδιαφέρον και για εμάς και για τους άλλους πρέπει να γίνεται ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΤΙΚΑ. Αυτό μπορεί να γίνει, και προϋποθέτει ότι και αυτός που θα την κάνει, πρέπει να έχει ως γνώρισμα του χαρακτήρα του, την επιθυμία να κάνει το καθετί με διασκεδαστικό τρόπο.

ΒΑΡΙΕΤΑΙ ΚΑΙ...ΑΡΡΩΣΤΑΙΝΕΙ ΜΕ ΤΑ ΙΔΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΛΙΑ

Όπως το ακούτε. Αν ο υποψήφιος σας βαριέται να κάνει τα ίδια πράγματα κάθε μέρα που βλέπει ότι δεν τον οδηγούν σε διαφορετικά αποτελέσματα, και αντιλαμβάνεται ότι βασική αιτία για αυτό είναι ότι χρησιμοποιεί παλιές μεθόδους, τότε είναι ο ιδανικός σας υποψήφιος.

Αυτά είναι 5 χαρακτηριστικά του ιδανικού υποψήφιου συνεργάτη σας .

Αν θέλετε να μάθετε περισσότερα για το πως μπορούμε να σας βοηθήσουμε να αναπτύξετε την δικτυακή σας επιχείρηση, επικοινωνήστε μαζί μας . Δείτε το site μας πατώντας τον σύνδεσμο που ακολουθεί

Επιτυχημένη προώθηση πωλήσεων μέσω internet

1. Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ της ιστοσελίδας είναι κάτω του μετρίου

Σίγουρα, κάποιες ιστοσελίδες καταφέρνουν να επιβιώνουν με μια όχι τέλεια εμφάνιση. Αυτό συμβαίνει, απλώς επειδή αναπληρώνουν αυτή την ατέλεια μέσω ενός ισχυρού κειμένου πωλήσεων και μιας άψογα προσανατολισμένης κίνησης. Ωστόσο, είναι γεγονός ότι οι ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ιστοσελίδες που δεν αποφέρουν ικανοποιητικές πωλήσεις μπορούν, μόνο για αυτόν τον πρώτο λόγο, να σταματήσουν να λειτουργούν. Πολλές ιστοσελίδες, απλώς δεν έχουν την επαγγελματική όψη που δίνει στους επισκέπτες την αίσθηση ότι «ίσως» μπορούν να τις εμπιστευτούν.

2. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ πώλησης είναι περίπλοκη

Από το μικρό ποσοστό των ιστοσελίδων που καταφέρνουν να ξεπεράσουν την πρώτη δυσκολία, ένας μεγάλος αριθμός χάνει το παιχνίδι εδώ. Για την ακρίβεια, αν μια ιστοσελίδα δεν ξεκαθαρίζει, το πολύ μέσα σε δέκα δευτερόλεπτα, τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να βοηθήσει τον επισκέπτη, θα χάσει πολλούς από τους - δύσκολα κερδισμένους - επισκέπτες του. Γιατί, λοιπόν, να το διακινδυνεύετε; Προσπαθήστε να ξεκαθαρίσετε στους υποψήφιους πελάτες σας, ότι εσείς έχετε αυτό που ψάχνουν. Είναι ο μόνος τρόπος να τους κάνετε να μείνουν.

3. Το ΚΕΙΜΕΝΟ προώθησης πωλήσεων είναι κάτω του μετρίου

Εκτός από τα διάφορα γραμματικά και τυπογραφικά λάθη, ένα κείμενο προώθησης πωλήσεων μπορεί να μην κινεί το ενδιαφέρον, να μην ενθουσιάζει και να μην εμπνέει εμπιστοσύνη -; κάτι που είναι αρκετό για να οδηγήσει στην αποτυχία. Το κείμενο της ιστοσελίδας πρέπει να είναι ξεκάθαρο, σαφές και γοητευτικό. Επίσης, απαραίτητο στοιχείο αποτελούν οι αναφορές στην αξιοπιστία, την εξειδίκευση και την ασφάλεια.

4. Η διαδικασία πώλησης είναι δύσκολη ή αμφίβολη

Η καλύτερη λύση είναι η χρήση μιας ξεκάθαρης διαδικασίας παραγγελίας, όπως η χρήση ενός ασφαλούς εντύπου παραγγελίας. Είτε το πιστεύετε είτε όχι, οι περισσότεροι νέοι επισκέπτες έχουν μεγάλο πρόβλημα ακόμη και με ένα απλό έντυπο παραγγελίας και σίγουρα θα εγκαταλείψουν την ιστοσελίδα σας, μόλις συναντήσουν την πρώτη δυσκολία. Για αυτό το λόγο, αυτή η διαδικασία ΠΡΕΠΕΙ να είναι όσο το δυνατόν πιο απλή!

Επίσης, είναι καλή ιδέα να τονίσετε ότι η διαδικασία παραγγελίας της ιστοσελίδας σας είναι ασφαλής, ότι σέβεστε την προσωπικότητα των πελατών σας και ότι δεν θα διανείμετε τα προσωπικά τους στοιχεία σε άλλα άτομα ή εταιρίες.

5. Η προσφορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας δεν ανταποκρίνεται στην αξία της

Εάν μια ιστοσελίδα περάσει τους παραπάνω ελέγχους και ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ να έχει προβλήματα με τη διεξαγωγή των πωλήσεων, ΤΟΤΕ αρχίστε να εξετάζετε το ίδιο το προϊόν ή την υπηρεσία. Καλύπτει πραγματικά κάποια ανάγκη; Έχει τη σωστή τιμή; (Η δοκιμή διαφορετικών πολιτικών τιμολόγησης συνιστάται ΠΑΝΤΑ, ιδιαίτερα στο Διαδίκτυο). Δεν μπορούν όλα τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες να πωληθούν εύκολα μέσω του Διαδικτύου. Όμως εάν υπάρχει πραγματικά κάποια ανάγκη, θα μπορέσετε να την ικανοποιήσετε με χρήση των παραπάνω κατάλληλων συστατικών.

Τέλος, εάν μια ιστοσελίδα περάσει τους πέντε παραπάνω ελέγχους και ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ να μην αποφέρει πωλήσεις, τότε ο λόγος είναι η «χαμηλή κίνηση».

6. Η «χαμηλή κίνηση», σημαίνει είτε ότι η κίνηση της ιστοσελίδας δεν είναι επαρκής ή ότι δεν είναι σωστά προσανατολισμένη.

Η προσανατολισμένη κίνηση, σημαίνει ότι ο επισκέπτης έρχεται οικειοθελώς στην ιστοσελίδα σας. Η κίνηση ατόμων που κάνουν αναζήτηση (μέσω μιας μηχανής αναζήτησης ή πατώντας ένα σύνδεσμο σε ένα μήνυμα ή μέσω κάποιας άλλης πραγματικής μεθόδου αναζήτησης) θα σας οδηγήσει στην ανεύρεση της λύσης ή της απάντησης. Όταν συμβεί αυτό, θα έχετε προεπιλέξει τους πελάτες σας και ίσως έχετε έτοιμη μια πώληση. (Εάν, βέβαια, πληροίτε όλες τις προϋποθέσεις που αναφέραμε παραπάνω).

Το κλειδί για την επιτυχία είναι η συνεχής αξιολόγηση της κίνησης. Πρέπει να είστε σε θέση να γνωρίζετε ανά πάσα στιγμή το αποτέλεσμα της διαφήμισης στην οποία επενδύετε. Αυτός είναι ο μόνος τρόπος να βελτιώνετε συνεχώς την προώθηση πωλήσεων, ώστε να αυξάνεται διαρκώς το ποσοστό των αποτελεσματικών στρατηγικών σας.

1.17 Μειονεκτήματα του Δικτυακού Μάρκετινγκ

1. Δεν αποδίδει αμέσως ικανοποιητικά εισοδήματα

Ο Ανεξάρτητος Συνεργάτης μιας εταιρίας άμεσης πώλησης (ή δικτυακού μάρκετινγκ) δεν είναι υπάλληλος, άρα δεν παίρνει μισθό. Η εταιρία δεν τον αμοίβει για το χρόνο του, αλλά για την αποδοτικότητά του. Συνεπώς το Δικτυακό Μάρκετινγκ, είναι προτιμότερο να το δει κάποιος ως μια μεσοπρόθεσμη επένδυση εφόσον αρχίζει να αποδίδει χρήματα εντός λίγων μηνών ή ετών (ανάλογα με το χρόνο που επενδύεται στο χτίσιμο του πελατολογίου ή του δικτύου συνεργατών).

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ δεν είναι σχήμα γρήγορου πλουτισμού.

2. Χρειάζεται υπομονή

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι μια εργασία που απαιτεί πολλές επαφές με ανθρώπους, που πιθανώς πολλοί από αυτούς δεν συμμερίζονται τον ενθουσιασμό που εισπράττουν από τους Συνεργάτες των εταιριών Δικτυακού Μάρκετινγκ. Για αυτό το λόγο, χρειάζονται μεγάλα αποθέματα υπομονής και επιμονής, ώστε να αποφευχθεί κάποια σοβαρή απογοήτευση που θα οδηγήσει σε παραίτηση πριν τη δημιουργία ενός ικανοποιητικού δικτύου.

3. Χρειάζεται από την αρχή, σωστή επιλογή εταιρίας

Πώς είναι αυτό μειονέκτημα; Αν κάποιος προσληφθεί σε κάποια εταιρία και στην πορεία δει ότι δεν είναι ικανοποιημένος, μπορεί να δηλώσει παραίτηση άμεσα και να αναζητήσει πιο ικανοποιητική εργασία. Όμως, οι Συνεργάτες των εταιριών

Δικτυακού Μάρκετινγκ, χρειάζεται να επενδύσουν αρκετό χρόνο και προσπάθειες για να αρχίσει να αποδίδει η εργασία τους. Εάν στην πορεία αντιληφθούν ότι α) το πρόγραμμα bonus της εταιρίας τους δεν είναι ικανοποιητικό ή β) τα προϊόντα δεν "αντέχουν" στο χρόνο, τότε ο χρόνος και η προσπάθεια που έχουν δαπανηθεί, ουσιαστικά χάνονται. Πιθανώς να θελήσουν να μεταφέρουν το δίκτυό τους σε άλλη εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ. Ακόμα και σε αυτή την περίπτωση όμως, πρέπει να ξεκινήσουν στη νέα εταιρία πάλι από την αρχή και φυσικά κανένας δεν εγγυάται ότι το δίκτυό τους θα τους ακολουθήσει.

Έτσι η επιλογή της σωστής εταιρίας Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι μια τόσο σοβαρή επιλογή, η οποία λόγω της σοβαρότητάς της αποτελεί μειονέκτημα (και φυσικά πλεονέκτημα αν τελικά γίνει σωστά).

4. Σε συγκεκριμένους κλάδους υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός

Υπάρχουν κάποιες αγορές οι οποίες βρίσκονται σε καθοδική πορεία, και στις οποίες πιθανώς να υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός. Αντίθετα, υπάρχουν αγορές οι οποίες βρίσκονται σε ανοδική πορεία και έτσι δεν υπάρχουν έντονα φαινόμενα ανταγωνισμού, εφόσον η αγορά σε αυτούς τους τομείς διευρύνεται.

1.18 9+1 Πλεονεκτήματα του Δικτυακού Μάρκετινγκ

Δημιουργείτε την ΔΙΚΗ ΣΑΣ επιχείρηση

Αυτό είναι το Νο1 πλεονέκτημα του Δικτυακού Μάρκετινγκ με διαφορά και για αυτό το βάζουμε πρώτο. **Το Δίκτυο που φτιάχνετε είναι δικό σας.** Πολλές εταιρίες το θεωρούν **περιουσιακό σας στοιχείο** και για αυτό:

- Σας επιτρέπουν να το μεταβιβάσετε
- Δεν το χάνετε

- Δεν απαιτούν ελάχιστη παραγωγή ή ετήσια συνδρομή για να το διατηρήσετε (παρά μόνο για να δικαιούστε την είσπραξη των bonus)

1. Είστε αφεντικό του εαυτού σας.

Είστε Ανεξάρτητος Συνεργάτης της εταιρίας της επιλογής σας. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχουν ωράρια, στόχοι, προϊστάμενοι και αφεντικά. Δεν σας επιβάλλονται τρόποι εργασίας, ούτε συγκεκριμένοι συνεργάτες. Μπορείτε να έχετε ως κύρια εργασία σας τις δραστηριότητες σας σε μια εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ ή ταυτόχρονα να έχετε και μια άλλη εργασία. Με λίγα λόγια, αποκτάτε την ελευθερία ενός ανεξάρτητου επαγγελματία.

2. Δεν έχετε τις υποχρεώσεις ενός ανεξάρτητου επαγγελματία.

Ένας ανεξάρτητος επαγγελματίας μεταξύ άλλων πρέπει: να έχει γραφείο για τις δραστηριότητές του, να διατηρεί βιβλία για την εφορία τα οποία χρειάζονται λογιστική επιμέλεια, να είναι εξαρχής γραμμένος σε ασφαλιστικό φορέα (ΤΕΒΕ), να φροντίζει για πάγια έξοδα γραφείου όπως ΔΕΗ, ΟΤΕ, κτλ, να φροντίζει για διαφήμιση και προωθητικές ενέργειες και η λίστα συνεχίζει.

Ο ανεξάρτητος συνεργάτης μιας εταιρίας Δικτυακού Μάρκετινγκ, στην αρχή το μόνο που χρειάζεται είναι να εγγραφεί στην εταιρία! Αν τα εσοδήματα ξεπεράσουν ένα ποσό, ακολουθούνται απλές ενέργειες για έναρξη επαγγέλματος στην εφορία, ώστε να δικαιολογείται η πηγή των εισοδημάτων.

3. Δεν απαιτεί μεγάλα χρηματικά ποσά για έναρξη της δραστηριότητας.

Συνήθως τα ποσά που απαιτούνται για να γίνει κάποιος Ανεξάρτητος Συνεργάτης Εταιρίας Δικτυακού Μάρκετινγκ και να παραλάβει τα πρώτα διαφημιστικά έντυπα και υλικά, είναι της τάξης των λίγων δεκάδων ευρώ. Υπάρχουν εταιρίες που χρεώνουν εγγραφή ή εταιρίες που ζητάνε κάποια μικρή πρώτη παραγγελία. Το κόστος σε κάθε περίπτωση είναι ελάχιστο σε σχέση με τα έξοδα που απαιτούνται για να ξεκινήσει κάποιος την δική του επιχείρηση.

Προσοχή στις εταιρίες που τα προσφέρουν όλα δωρεάν! Κοιτάζτε την αντίστοιχη ερώτηση στις Συχνές Ερωτήσεις.

4. Υπάρχει μεγάλη ροή πληροφοριών από τους εμπειρότερους στους πιο άπειρους.

Οι περισσότεροι υπάλληλοι έχουν βιώσει την εμπειρία του να βρεθούν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπου οι παλαιότεροι αντιμετωπίζουν έως και εχθρικά τους νεότερους - με τον φόβο πως οι πιθανώς καλύτερες επιδόσεις τους θα τους δημιουργήσουν πρόβλημα.

Η δομή του Δικτυακού Μάρκετινγκ, όχι απλά αποθαρρύνει, αλλά **αποκλείει** τέτοια συμπεριφορά. Οι υψηλές αποδόσεις των νεότερων μελών, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την οικονομική ευημερία της εταιρίας, και συνεπώς και των παλαιότερων μελών.

5. Δεν υπάρχουν προϋποθέσεις έναρξης.

Στις εταιρίες του Δικτυακού Μάρκετινγκ δεν υπάρχουν προϋποθέσεις συμμετοχής - εκπαίδευσης, προϋπηρεσίας, ηλικίας ή οποιαδήποτε άλλη προϋπόθεση. Είναι ανοιχτές προς όλους όσους θέλουν να εργαστούν ώστε να επιτύχουν το εισόδημα που επιθυμούν.

6. Υπάρχουν ευκαιρίες για εκπαίδευση.

Οι εταιρίες Δικτυακού Μάρκετινγκ, οργανώνουν σε εβδομαδιαία, μηνιαία και ετήσια βάση σεμινάρια εκπαίδευσης για τα προϊόντα που προωθούν και για αποτελεσματικές μεθόδους δημιουργίας δικτύου και πωλήσεων.

7. Δίνει ευκαιρίες για επαφή με πολλά άτομα.

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσετε και να έρχεται σε επαφή με πολλά άτομα. Μπορείτε να γνωρίσετε νέους συνεργάτες, νέους πελάτες, νέα άτομα με τα οποία μπορείτε να δουλέψετε για να χτίσετε το δίκτυό σας.

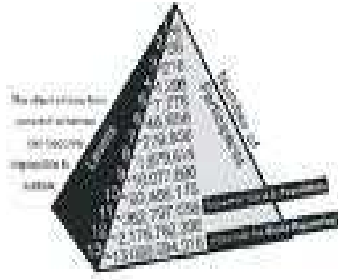
8. Τα προϊόντα συνοδεύονται συνήθως από εγγύηση επιστροφής χρημάτων και παραδίδονται κατ' οίκον.

Οι περισσότερες εταιρίες σας δίνουν τη δυνατότητα να επιστρέψετε το προϊόν από το οποίο δεν μείνατε ικανοποιημένοι μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και να σας επιστραφεί το σύνολο της αξίας του προϊόντος, χωρίς αιτιολόγηση. Επιπλέον τα προϊόντα παραγγέλνονται τηλεφωνικά ή μέσω Internet και παραδίδονται κατ' οίκον.

9. Το Internet αποτελεί σημαντικό εργαλείο επέκτασης του δικτύου πωλήσεων.

Μέσω του Internet είναι δυνατόν να βρεθούν και να εκπαιδευτούν άτομα ώστε να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση.





1.19 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΕΔΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ

ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΤΩΡΑ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΕΙΤΕ ΣΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΧΩΡΟ ΣΑΣ ΔΙΧΩΣ ΝΑ

ΘΕΣΕΤΕ ΣΕ ΚΙΝΔΥΝΟ ΤΗΝ ΗΔΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ ΜΕ ΕΥΕΛΙΚΤΟ ΩΡΑΡΙΟ Κ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΑΝΩ

ΤΩΝ 2.000 Ε.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΣΩ INTERNET.

ΕΝΗΜΕΡΩΝΟΥΜΕ ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΜΕΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.

ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΝ ΛΟΓΩ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΕΙΝΑΙ ΜΟΛΙΣ ΜΙΑ ΩΡΑ.

ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΜΑΣ ΑΦΗΣΕΤΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΑΣ ΟΠΩΣ Κ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΟΥ ΔΙΑΜΕΝΕΤΕ ΩΣΤΕ ΝΑ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΟΥΜΕ ΜΑΖΙ ΣΑΣ Κ ΝΑ ΕΧΕΤΕ ΜΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΩΡΑ Κ ΤΟΝ ΤΟΠΟ

ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΑΣ.

ΔΕΝ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΚΑΠΟΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΕΩΣ Η ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

Τετάρτη, 28 Απριλίου 2010

ΠΟΙΟΙ ΕΙΜΑΣΤΕ;

Ποιοι είμαστε Προβολή πλήρους προφίλ Εργασία από το Σπίτι Μάθετε για την επιχειρηματική ευκαιρία που συστήνουμε στην ιστοσελίδα μας στο:

1.20 Τι είναι το MLM τελικά;

Το MLM είναι ένα ακρώνυμο για το Multi-Level Marketing, δηλαδή το Πολυεπίπεδο Μάρκετινγκ που μερικές φορές αποκαλείται και Δικτυακό Μάρκετινγκ. Όπως υποδεικνύει το όνομα, πολλαπλά επίπεδα ανθρώπων εμπορεύονται ένα προϊόν στους καταναλωτές. Ένας αντιπρόσωπος πωλήσεων (επίσης καλούμενος ως διανομέας, μέλος, συνεργάτης ή συνεταιίρος) κάνει πελάτες και στρατολογεί και

εκπαιδεύει έναν άλλον αντιπρόσωπο πωλήσεων να κάνει πελάτες.

Τα πολλαπλά επίπεδα μάρκετινγκ είναι πραγματικά αυτό που όλες οι εταιρίες επιθυμούν (και εταιρίες MLM και μη MLM). Εάν έχετε ακούσει ποτέ κάποια παραδοσιακή εταιρία να ανακοινώνει, "Συστήστε ένα φίλο και θα λάβετε έκπτωση στην επόμενη αγορά σας,» αυτό είναι Πολυεπίπεδο Μάρκετινγκ. Γυμναστήρια, μεσιτικά γραφεία, εταιρίες τηλεπικοινωνίας, και αμέτρητες άλλες βιομηχανίες χρησιμοποιούν αυτήν την τεχνική. Οι επαγγελματίες (γιατροί, οδοντίατροι, λογιστές) ζουν ή πεθαίνουν βασισμένοι στους πελάτες τους που τους συστήνουν σε άλλους. Όλες αυτές οι επιχειρήσεις προσπαθούν απλά να κάνουν τους τρέχοντες πελάτες να διαφημίσουν και να προωθήσουν το προϊόν ή την υπηρεσία τους σε πιθανούς πελάτες.

Η παραδοσιακή εταιρία

Σε μια εταιρία μη-MLM, ένας διευθυντής πωλήσεων και οι αντιπρόσωποι πωλήσεων προσλαμβάνονται από τη εταιρία. Ο αριθμός των αντιπροσώπων πωλήσεων που μπορεί να προσλάβει η εταιρία είναι περιορισμένος γιατί εξαρτάται από τους οικονομικούς πόρους που διαθέτει η εταιρία για να πληρώσει τους μισθούς και τον όγκο της δουλειάς που μπορεί να χειριστεί ο διευθυντής πωλήσεων . Όταν ο όγκος της δουλειάς αυξηθεί τόσο πολύ που ο διευθυντής πωλήσεων δεν μπορεί να τον χειριστεί, η εταιρία μπορεί να προσλάβει έναν άλλο διευθυντή ή να μετατρέψει έναν αντιπρόσωπο πωλήσεων σε διευθυντή. Αυτό θα μπορούσαμε να το αποκαλέσουμε Μάρκετινγκ σε "πολλαπλό πλάτος" επειδή επεκτείνει την οργάνωση

οριζόντια σε σύγκριση με το «πολυ-επίπεδο» μάρκετινγκ, το οποίο επεκτείνει την οργάνωσή του κάθετα.

Η εταιρία MLM (πολυεπίπεδου μάρκετινγκ)

Μια εταιρία MLM (πολυεπίπεδου μάρκετινγκ) «ξεκινάει» με τη στρατολόγηση ενός ανθρώπου που κάνει πελάτες και στρατολογεί αντιπροσώπους πωλήσεων (όπως στην παραπάνω περίπτωση της παραδοσιακής εταιρίας). Αλλά ο κάθε αντιπρόσωπος πωλήσεων έχει επίσης την επιλογή να γίνει διευθυντής και μπορεί επίσης να στρατολογήσει αντιπροσώπους πωλήσεων. Η εταιρία MLM πληρώνει μόνο προμήθειες, όχι μισθούς επομένως, δεν υπάρχει κανένας περιορισμός στον αριθμό αντιπροσώπων πωλήσεων ή διευθυντών που μπορεί να στρατολογήσει μια εταιρία MLM . Αυτό είναι καλό για την εταιρία επειδή μπορεί να έχει γρήγορο ρυθμό επέκτασης ανάλογα με τον αριθμό των εκπαιδευμένων αντιπροσώπων πωλήσεων. Αυτό είναι επίσης καλό για τους αντιπροσώπους πωλήσεων επειδή το εισόδημά τους δεν περιορίζεται μόνο στις πωλήσεις που κάνουν - μπορούν επίσης να κερδίσουν προμήθειες για την κατάρτιση άλλων αντιπροσώπων πωλήσεων.

Πολύ απλά και αντικειμενικά, το MLM (το πολυεπίπεδο μάρκετινγκ) είναι μια από τις πέντε κύριες μεθόδους που χρησιμοποιούνται από μια εταιρία για την πώληση και τη διανομή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε έναν καταναλωτή.

Όλες οι εταιρίες (MLM και μη) έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό: παρέχουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία που κατ' ελπίδα κάνει τη ζωή του καταναλωτή καλύτερη. Μόλις μία εταιρία έχει ένα τέτοιο προϊόν ή υπηρεσία πρέπει να το κάνει ευρέως γνωστό. Αυτό το πετυχαίνει διανέμοντάς το. Η διανομή ενός προϊόντος συμπεριλαμβάνει την ανεύρεση των πελατών και το να φτάσει το προϊόν στα χέρια τους. Υπάρχουν πέντε πρωταρχικοί τρόποι να διανεμηθεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία:

Οι Πέντε Πρωταρχικοί Τρόποι Διανομής ενός Προϊόντος ή Υπηρεσίας

1. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Η εταιρία νοικιάζει ή αγοράζει ένα κατάστημα σε μία πολυσύχναστη περιοχή για να έχει κίνηση από πελάτες που μπαίνουν μέσα. Προσλαμβάνει έναν πωλητή για να επικοινωνεί με τους πελάτες που μπαίνουν στο μαγαζί.

2. ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ

Η εταιρία αγοράζει διευθύνσεις. Προσλαμβάνει έναν υπεύθυνο μάρκετινγκ για να γράφει και να στέλνει γραπτή επικοινωνία για τα προϊόντα και/ή τις υπηρεσίες μέσω του ταχυδρομείου.

3. ΤΗΛΕ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η εταιρία αγοράζει αριθμούς τηλεφώνων υποψηφίων. Προσλαμβάνει και εκπαιδεύει πωλητές να καλούν και να πουλάνε προϊόντα και/ή υπηρεσίες μέσω του τηλεφώνου.

4. INTERNET

Η εταιρία ανεβάζει μία ιστοσελίδα και την διαφημίζει για να έχει κίνηση. Όπως και στις ταχυδρομικές αποστολές η προώθηση γίνεται μέσω γραπτής επικοινωνίας.

5. MLM

Η εταιρία στρατολογεί έναν διανομέα (αντιπρόσωπο πωλήσεων) για να πουλάει προϊόντα. Δίνει στον πωλητή το δικαίωμα να στρατολογεί άλλους αντιπρόσωπους πωλήσεων που θα πουλάνε προϊόντα.

Κάθε μία από τις παραπάνω πέντε μεθόδους μπορεί να χρησιμοποιεί τεχνικές από μία ή περισσότερες άλλες μεθόδους για να κάνει πελάτες. Που σημαίνει ότι ένα Κατάστημα δεν περιορίζεται μόνο στην κίνηση των πελατών που μπαίνουν μέσα. Το κατάστημα μπορεί επίσης να διαφημίζεται στο ραδιόφωνο, στην τηλεόραση και στις εφημερίδες, στα περιοδικά και στα διαφημιστικά φυλλάδια κατευθύνοντας υποψήφιους στην τοποθεσία του καταστήματος. Αυτό μπορεί να αυξήσει τον αριθμό των ανθρώπων που θα μπαίνουν στο κατάστημα.

Παρομοίως, ένας διανομέας σε μία εταιρία MLM μπορεί να χρησιμοποιήσει μερικές ή και τις 4 άλλες μεθόδους όπως επίσης και να κάνει πελάτες μέσω των φίλων και της οικογένειας. Και φυσικά ο ιδιοκτήτης ενός καταστήματος (όπως ένα εστιατόριο) μπορεί επίσης να πει στους φίλους και συγγενείς τους για το κατάστημά του!

Οπότε τελικά τι είναι το MLM (Πολύ-επίπεδο Μάρκετινγκ); Το βασικό σημείο που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι διανέμω κάποιο προϊόν σημαίνει ότι το κάνω γνωστό. Το MLM και οι άλλοι 4 πρωταρχικοί τρόποι διανομής ενός προϊόντος είναι απλά μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για να γίνει ένα προϊόν γνωστό.

Το MLM είναι Οργανικό

Οργανικά, η βιομηχανία του MLM είναι ένα φανταστικό μοντέλο. Με την λέξη «οργανικός» εννοώ ότι εάν αφαιρέσουμε όλη την

παραπλανητική διαφήμιση και την φασαρία και απλά δούμε την πραγματική του έννοια, είναι ο πιο αγνός τρόπος που μπορεί να προωθηθεί ένα προϊόν στον καταναλωτή και ο πιο αγνός τρόπος να ανταμειφθεί κάποιος. Ορίστε γιατί...

Στην οργανική του φάση ένας άνθρωπος μοιράζεται ένα αξιόλογο προϊόν ή υπηρεσία με κάποιον άλλον (όχι επειδή θα βγάλει κέρδος, αλλά επειδή το προϊόν είναι αξιόλογο). «Μου αρέσει και ίσως αρέσει και σε σένα». Αυτό είναι καθαρό και αγνό.

Ένας άνθρωπος μοιράζεται μία επιχειρηματική ιδέα με κάποιον άλλον – αυτό είναι το θεμέλιο όλων των επιχειρήσεων στην ιστορία. «Βρήκα μία επιχείρηση που μου αρέσει και ίσως θα σου άρεζε να δουλέψεις μαζί μου.» Και αυτό είναι καθαρό και αγνό.

Ο άνθρωπος που μοιράζεται την επιχείρησή του με κάποιον άλλον κερδίζει ΜΟΝΟ ΕΑΝ επιτύχει ο άλλος άνθρωπος με τον οποίον μοιράστηκε την επιχείρηση – αυτό είναι σουπερ-υπεύθυνο, πράγμα που είναι επίσης καθαρό και αγνό.

Αυτά τα τρία βήματα είναι οι οργανικές έννοιες του MLM και είναι απολύτως ευφυείς.

Εάν δούμε τον πυρήνα του παραδοσιακού μάρκετινγκ, είναι ένας άνθρωπος που γράφει μία διαφήμιση και το 98% των ανθρώπων που βλέπουν τη διαφήμιση δεν ανταποκρίνονται (ένας κορυφαίος μαρκετίστας έχει 10% ανταπόκριση, ο μέσος έχει 2%).

Κοιτάξτε γύρω σας και δείτε όλα όσα χρειάζονται για να φτάσει ένα προϊόν στον καταναλωτή με την «παραδοσιακή» έννοια και θα δείτε μεγάλη σπατάλη ενέργειας και φυσικών πόρων. Μπορείτε να φανταστείτε πόσο αγνή θα φαινόταν μία πόλη εάν δεν υπήρχαν

διαφημίσεις; Σκεφτείτε τον αριθμό των δέντρων που καταναλώνονται στο όνομα της διαφήμισης και τα υλικά που καταλήγουν στις χωματερές.

Ένας καλός τρόπος να περιγράψουμε το MLM θα ήταν ίσως το να δείξουμε πώς το MLM μοιάζει με μία παραδοσιακή εταιρία και επίσης πώς είναι διαφορετικό. Κοιτάξτε το παρακάτω διάγραμμα για να έχετε μία εικόνα.

Παρακαλώ κατανοήστε ότι δεν κριτικάρω την χρήση των δέντρων, την ακαταστασία που υπάρχει στο περιβάλλον ή την διαφήμιση. Απλά σας ζητώ να κοιτάξετε την ποσότητα της περιττής ενέργειας που αφιερώνεται για την προώθηση ενός προϊόντος στον καταναλωτή σε σύγκριση με την απλότητα του να επικοινωνεί ένας άνθρωπος με έναν άλλον.

Γιατί να μπείτε στο MLM;

Οι άνθρωποι μπαίνουν στις εταιρίες MLM για πολλούς διαφορετικούς λόγους. Εδώ είναι μερικοί από αυτούς.

Μπείτε στο MLM ως μία κοινωνική δραστηριότητα

Το MLM είναι μία πολύ ωραία ευκαιρία για να γνωρίσετε ανθρώπους και να διασκεδάσετε. Γίνονται επιχειρηματικές συναντήσεις, εκπαιδευτικές συναντήσεις, κρουαζιέρες, πάρτι και συζητήσεις δίπλα στο τζάκι όπου μπορείτε να γνωρίσετε πολλούς νέους φίλους. Τα θέματα συζήτησης αφορούν συνήθως την επιχείρηση και την προσωπική ανάπτυξη. Ξέρω πολλούς ανθρώπους που έχουν βρει το σύζυγό τους στο MLM επειδή υπάρχουν τόσοι πολλοί άνθρωποι και

τόσα πολλά γεγονότα όπου κάποιος μπορεί να συμμετέχει. Κάθε 12-18 μήνες οι περισσότερες εταιρίες MLM οργανώνουν εθνικά ή διεθνή γεγονότα όπου συγκεντρώνονται άνθρωποι από όλο τον κόσμο. Αυτό είναι μια μεγάλη ευκαιρία για να γνωρίσετε ανθρώπους. Προσωπικά έχω κάνει φίλους σε πάνω από 20 διαφορετικές χώρες. Είναι σπάνιο να βρεθεί μια οργάνωση εκτός MLM με τόσες πολλές ευκαιρίες να γνωρίσετε ανθρώπους και να κοινωνικοποιηθείτε. Μια άλλη πτυχή των κοινωνικών δραστηριοτήτων είναι το να δουλεύετε με φίλους ή/και με μέλη της οικογένειάς σας. Βλέπω πολλές φορές ότι τα ζευγάρια θα ήθελαν να δουλεύουν μαζί στην επιχείρησή τους – το MLM προσφέρει αυτήν την ευκαιρία.

Μπείτε στο MLM για να βοηθήσετε ανθρώπους

Ας υποθέσουμε ότι η εταιρία MLM που μπαίνετε βοηθά ανθρώπους με τον έλεγχο βάρους. Καθώς εκπαιδεύεστε στο πώς να πουλάτε τα προϊόντα, μαθαίνετε πολλά για το θέμα του ελέγχου βάρους. Αυτή η γνώση σας επιτρέπει να βοηθήσετε άλλους ανθρώπους με το θέμα του ελέγχου βάρους. Γνωρίζω επίσης πολύ πλούσιους ανθρώπους που μπαίνουν στο MLM επειδή θέλουν να βοηθήσουν άλλους ανθρώπους να κερδίσουν περισσότερα χρήματα και να πετύχουν τον τρόπο ζωής που απολαμβάνουν οι ίδιοι. Σπάνια ένας άνθρωπος που έχει γίνει πλούσιος σε μια παραδοσιακή επιχείρηση μπορεί να είναι σε θέση να βοηθήσει τους φίλους του να γίνουν επίσης πλούσιοι. Το MLM είναι η εξαίρεση. Όταν είστε σε θέση να βοηθήσετε κάποιον να ξεπεράσει ένα πρόβλημα ελέγχου βάρους το οποίο αντιμετωπίζει μια ζωή, ή να βοηθήσετε κάποιον να βελτιώσει την κατάσταση του δέρματός του, ή να βοηθήσετε κάποιον να πετύχει οικονομική ελευθερία, αυτό προσφέρει μεγάλη ικανοποίηση επειδή ξέρετε ότι έχετε κάνει τη ζωή του καλύτερη.

Μπείτε στο MLM ως μία εναλλακτική ή συμπληρωματική

συνταξιοδότηση

Σήμερα στις Ηνωμένες Πολιτείες μόνο το 40% των ανθρώπων που εργάζονται έχουν και έναν λογαριασμό συνταξιοδότησης. Από εκείνους που έχουν κάποιου είδους λογαριασμό συνταξιοδότησης, το μέσο υπόλοιπο του λογαριασμού είναι \$29.000. Αυτό δεν θα φτάσει στο μέσο συνταξιούχο για να πληρώσει τις προβλέψιμες δαπάνες (ηλεκτρικό, νερό, θέρμανση, τρόφιμα, έξοδα αυτοκινήτου κ.λπ.). Τα \$29.000 βεβαίως δεν θα αντέξουν οικονομικά οποιεσδήποτε απρόβλεπτες, καταστροφικές δαπάνες όπως οι ιατρικές δαπάνες. Το MLM προσφέρει έναν τρόπο σε έναν άνθρωπο να δημιουργήσει ένα εισόδημα ως εναλλακτική λύση στα τυποποιημένα πλάνα συνταξιοδότησης ή να αυξήσει το τρέχον πλάνο συνταξιοδότησής του.

Μπείτε στο MLM για να αποκτήσετε τη δική σας επιχείρηση

Οι περισσότεροι άνθρωποι δουλεύουν όσο σκληρά μπορούν σε οποιαδήποτε δουλειά βρουν για να καλύπτουν απλά τα έξοδα. Αισθάνονται παγιδευμένοι επειδή ΠΡΕΠΕΙ να πάνε να δουλέψουν για να πληρώσουν τους λογαριασμούς. Το MLM προσφέρει μια διέξοδο από τη συνηθισμένη παγίδα εργασίας επειδή ένας άνθρωπος μπορεί να ασχοληθεί στην επιχείρηση του MLM με ημιαπασχόληση έως ότου να κερδίζει αρκετό εισόδημα ώστε να μπορεί να εγκαταλείψει την πλήρους απασχόλησης εργασία του - εάν το επιθυμεί. Έχω συναντήσει επαγγελματίες που έχουν αντικαταστήσει το εισόδημά τους μέσω του MLM, αλλά αγαπούν τόσο πολύ αυτό που κάνουν που συνεχίζουν να ασχολούνται με το παλιό τους επάγγελμα - αλλά χωρίς την πίεση ότι πρέπει να βγάλουν τα προς το ζην με αυτό. Προσωπικά, έχω γνωρίσει πολλούς γιατρούς, καλλιτέχνες, δάσκαλους και αρχιτέκτονες που το κάνουν αυτό.

Μπείτε στο MLM για να πραγματοποιήσετε τα όνειρά σας

Οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν όνειρα που είναι συχνά κρυμμένα κάτω από το «δεν υπάρχει χρόνος, χρήματα, ή τεχνογνωσία». Είτε είναι μουσική, τέχνη, χορός, φιλανθρωπίες, ένα αγρόκτημα με άλογα, αυτοκίνητα, σκάφη, πτήσεις, καταδύσεις, ταξίδια, γκολφ - οι κατάλογοι ονείρων είναι ατελείωτοι εκτός αν κάποιος έχει σταματήσει να ονειρεύεται. Οι άνθρωποι πολλές φορές μπαίνουν στο MLM για να χτίσουν μια επιχείρηση που τους επιτρέπει την ελευθερία και την ευελιξία να ακολουθήσουν το πραγματικό όνειρό τους.

Μπείτε στο MLM για να ζήσετε όπου θέλετε να ζήσετε

Έχω συναντήσει πολλούς ανθρώπους που μπήκαν στο MLM επειδή ερωτεύτηκαν κάποιο μέρος του κόσμου και θέλησαν να ζήσουν εκεί, μακριά από τον καθημερινό ανταγωνισμό. Με το MLM μπορεί κάποιος να δουλέψει από το σπίτι και αυτό κάνει το MLM ελκυστικό σε πολλούς ανθρώπους. Όχι μόνο μπορείτε να εργαστείτε από το σπίτι με το MLM, αλλά μπορείτε να εργαστείτε από ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ σπίτι. Έχω συναντήσει τους ανθρώπους που ζουν σε σκάφος και χτίζουν την επιχείρησή τους MLM.

Μπείτε στο MLM για να δημιουργήσετε πλούτο

Ναι, ο πλούτος είναι διαθέσιμος στους ανθρώπους στο MLM. Θα απαιτήσει την ίδια προσπάθεια (και τα ίδια αποτελέσματα) όπως και η δημιουργία πλούτου χρησιμοποιώντας οποιαδήποτε άλλη επιχειρηματική μέθοδο. Δεν μπορείτε να κάνετε συντόμευση στην προσπάθεια για τη δημιουργία του πλούτου. Αλλά με το MLM δεν απαιτείται τόσο μεγάλο κεφάλαιο εκκίνησης όσο με τις περισσότερες άλλες επιλογές δημιουργίας πλούτου. Δεν έγραψα ότι δεν θα απαιτεί ΚΑΘΟΛΟΥ κεφάλαιο εκκίνησης – απλά λιγότερο. Παρεμπιπτόντως,

έχω πετύχει όλα τα παραπάνω με το MLM. Είναι απολύτως εφικτά!

Γιατί στις επιχειρήσεις αρέσει το MLM

Όλες οι επιχειρήσεις, οι εκκλησίες, οι πολιτικοί, τα σχολεία, κ.λπ. ξέρουν ότι η προφορική διαφήμιση είναι η αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη μορφή διαφήμισης. Είναι αποτελεσματική επειδή η διαφήμιση προέρχεται από μια έμπιστη πηγή - κάποιον φίλο, κάποιον συγγενή, κάποιον γνωστό. Είναι αποδοτική επειδή η εταιρία δεν χρειάζεται να πληρώσει για διαφήμιση που τελικά δεν φθάνει στον πελάτη.

Εάν μια εταιρία στείλει 1.000 κάρτες πληροφορώντας τους ανθρώπους που βρίσκεται το κατάστημά τους και μόνο το 1% των 1.000 μπαίνουν στο κατάστημα, τότε το 99% της διαφήμισης σπαταλήθηκε. Εάν μια εταιρία ξοδέψει 450 εκατομμύρια δολάρια σε μια διαφημιστική καμπάνια αλλά πουλήσει προϊόντα αξίας μόνο 100 εκατομμυρίων, έχουν χάσει 350 εκατομμύρια δολάρια. Οι επιχειρήσεις θέλουν να συνεργάζονται με τις εταιρίες MLM επειδή πληρώνουν μόνο για τα αποτελέσματα. Δεν πληρώνουν καμία δαπάνη διαφήμισης έως ότου το προϊόν πωλείται. Δείτε πόσες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας για παράδειγμα ανταμείβουν με διάφορους τρόπους τους πελάτες τους που τους φέρνουν κι άλλους πελάτες.

Ο άλλος λόγος που το MLM αρέσει στις επιχειρήσεις είναι επειδή πληρώνουν για διαφήμιση που ωφελεί τον καταναλωτή. Επιτρέψτε μου να σας εξηγήσω: εάν μια εταιρία (όπως π.χ. η Channel) προσλαμβάνει την διασημότητα Nicole Kidman και την πληρώνει 12 εκατομμύρια δολάρια, αυτά τα 12 εκατομμύρια δεν ωφελούν τον καταναλωτή. Όσο γοητευτική κι αν είναι η Nicole Kidman, δεν προσθέτει καμία αξία στον καταναλωτή. Στο δικτυακό μάρκετινγκ,

αυτά τα ίδια 12 εκατομμύρια δολάρια πηγαίνουν στους διανομείς που (ενδεχομένως) έχουν ειδικευτεί στο προϊόν και είναι σε θέση να το εξηγήσουν στον καταναλωτή. Δείτε αυτό το διάγραμμα για μία οπτική παρουσίαση.

Οι εταιρίες MLM πληρώνουν για την παραγωγή, όχι για το ότι έρχεστε στη δουλειά

Η λέξη παραγωγή σημαίνει «κάτι που παράγεται». Εάν μια εταιρία μη-MLM προσλάβει έναν αντιπρόσωπο πωλήσεων για να πουλήσει τα προϊόντα της, συνήθως πληρώνει στον αντιπρόσωπο πωλήσεων έναν μισθό συν προμήθειες στις πωλήσεις των προϊόντων που πουλήθηκαν. Το κάνει αυτό χωρίς να γνωρίζει εάν ο αντιπρόσωπος πωλήσεων θα πουλήσει κάτι ή όχι. Εάν ο αντιπρόσωπος πωλήσεων δεν πουλήσει ποτέ τίποτα, ο μισθός του είναι μια σπαταλημένη δαπάνη. Στο Πολυεπίπεδο Μάρκετινγκ, η εταιρία πληρώνει προμήθεια ΜΟΝΟ όταν πωλείται πραγματικά ένα προϊόν. Αυτό σημαίνει πληρωμή για την παραγωγή σε αντίθεση με την πληρωμή ανθρώπων για να έρθουν απλά στη δουλειά είτε παράγουν μια πώληση ή όχι.

Αντιθέτως, εάν είστε ο τύπος ανθρώπου που ψάχνει τρόπους να αποφύγει την παραγωγή, θα μισήσετε το MLM εάν συνεχίσετε την ίδια μη παραγωγική δραστηριότητα.

Η καλύτερη δυνατή χρήση του χρόνου σας

Εάν είστε παραγωγικός άνθρωπος, θα θελήσετε αυτό που προσφέρει το MLM. Μπορείτε να δημιουργήσετε μια αύξηση πληρωμής οποτεδήποτε θελήσετε. Επιπλέον υπάρχει ελάχιστο ή κανένα όριο στο πόσα χρήματα μπορείτε να βγάλετε.

Αλλά επιπλέον, πολλαπλασιάζετε το χρόνο σας αντί να τον αναλίσκετε. Υπάρχουν τρία πράγματα που μπορείτε να κάνετε με το χρόνο: Να τον αναλώσετε, να τον επενδύσετε, ή/και να τον πολλαπλασιάσετε. Σαν υπάλληλος, αναλώνετε το χρόνο σας. Αναλώνετε 8 ώρες, πληρώνετε για 8 ώρες. Στο MLM, εκπαιδεύετε έναν άλλο άνθρωπο για να κάνει ό,τι κάνετε εσείς – αυτό είναι επένδυση του χρόνου σας. Δουλεύετε 8 ώρες, ο άνθρωπος που εκπαιδεύσατε δουλεύει 8 ώρες - πληρώνετε [θεωρητικά] για 16 ώρες εργασίας. Εάν ο άνθρωπος που εκπαιδεύσατε εκπαιδεύσει κάποιον άλλο, έχετε πολλαπλασιάσει το χρόνο σας. Ξαναδιαβάστε αυτήν την πρόταση. ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΤΟ MLM ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΙΣΧΥΡΟ. Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν καταλαβαίνουν αυτό το μέρος.

1.21 Δικτυακό Μάρκετινγκ και Πυραμίδες: Ποια είναι η διαφορά;

Μόλις πριν λίγο καιρό ξεκινήσατε την επιχείρησή σας MLM και ακούτε τη φράση "Είναι πυραμίδα!" Ή το ερώτημα "Είναι πυραμίδα;"

Η αντίρρηση "πυραμίδα" εμφανίζεται επειδή οι άνθρωποι δεν έχουν καμία γνώση, ελλιπείς γνώσεις ή λανθασμένες γνώσεις σχετικά με το MLM και τις πυραμίδες. Παρακαλώ παρατηρήστε ότι έγραψα "πυραμίδα" εκεί. Με άλλα λόγια, ένα άτομο μπορεί να πιστεύει ότι το MLM είναι πυραμίδα, επειδή δεν γνωρίζει τι είναι μια πυραμίδα.

Όταν ο γιος μου ήταν μικρός του έδειχνα ένα αυτοκίνητο και έλεγα την λέξη "αυτοκίνητο". Σύντομα το κατάλαβε και όταν έδειχνε ένα αυτοκίνητο, έλεγε "αυτοκίνητο". Μετά, έδειξε ένα λεωφορείο και είπε "αυτοκίνητο". Είπα "Όχι, λεωφορείο." Δεν με πίστεψε. Γιατί; Επειδή είχε ήδη ορίσει οτιδήποτε μετακινείται σε τέσσερις τροχούς ως αυτοκίνητο! Σας έχουν τύχει υποψήφιοι που έχουν ήδη ορίσει το MLM ως πυραμίδα;

Για να το λύσω αυτό βρήκα ένα αυτοκίνητο και ένα λεωφορείο παρκαρισμένα

το ένα δίπλα στο άλλο και του έδειξα τα χαρακτηριστικά που ήταν διαφορετικά και τα χαρακτηριστικά που ήταν ίδια. Τότε μόνο ο γιος μου μπορούσε να ορίσει εάν αυτό που έβλεπε ήταν αυτοκίνητο ή λεωφορείο.

Παρομοίως κι ΕΣΕΙΣ πρέπει να γνωρίζετε τι είναι πυραμίδα ώστε να μπορείτε να δείξετε τις διαφορές ανάμεσα σε μια πυραμίδα και στο MLM (δικτυακό μάρκετινγκ) στον υποψήφιό σας.

Αυτό το άρθρο θα εξηγήσει τις διαφορές ανάμεσα στις πυραμίδες και στο MLM.

Πυραμίδα: Η λέξη πυραμίδα έχει απλά καταλήξει να σημαίνει μια επιχείρηση που φαίνεται απάτη.

Απάτη: Ένα δόλιο επιχειρηματικό πλάνο. Δόλος είναι η πρόθεση εκτέλεσης άδικης πράξης. Εξαπατώ σημαίνει κοροϊδεύω.

ΔΕΔΟΜΕΝΟ: Δεν υπάρχει δραστηριότητα (χρηματιστήριο, φιλανθρωπίες, εταιρίες, γιατροί, θρησκείες, MLM, κυβέρνηση κλπ.) που δεν έχει ιστορικό με απατηλές δραστηριότητες.

Όταν κοιτάτε τις απάτες είναι σημαντικό να εντοπίσετε την πραγματική πηγή που δημιουργεί την απάτη, υπάρχει ΠΑΝΤΑ τουλάχιστον ΕΝΑΣ άνθρωπος.

Πηγή: Κάποιος που προκαλεί, δημιουργεί ή ξεκινάει κάτι.

Εάν κάποιος σκοτώσει έναν άνθρωπο με μια πέτρα, μην κατηγορείτε την πέτρα! Η πέτρα δεν είναι η πηγή και δεν σκότωσε αυτή τον άνθρωπο. Ένας άνθρωπος με κακές προθέσεις είναι η πηγή και ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ την πέτρα για να προκαλέσει κακό.

Εάν ένας απατεώνας χρησιμοποιεί το τηλεμάρκετινγκ για να αποπλανήσει τα θύματά του σε μια απάτη, μην κατηγορείτε το τηλέφωνο. Ο απατεώνας (ένα άνθρωπος) είναι η πηγή και ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ το τηλέφωνο για να αναπτύξει την απάτη του.

Εάν ένας απατεώνας (ένας άνθρωπος) χρησιμοποιεί το MLM για να αναπτύξει την απάτη του, μην κατηγορείτε το MLM.

Μια βιομηχανία δεν μπορεί να είναι απάτη αφού δεν έχει την ικανότητα να εξαπατήσει ανθρώπους. Μόνο οι άνθρωποι έχουν την ικανότητα να εξαπατήσουν κάποιον.

Ο ένοχος στις πυραμίδες δεν είναι το MLM. Ο ένοχος είναι οι ανήθικες δραστηριότητες ενός ανθρώπου ή μιας ομάδας.

Ο λόγος που οι απάτες μερικές φορές χρησιμοποιούν το MLM είναι επειδή το MLM είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να διανείμει κάποιος οτιδήποτε.

Παράνομο Σχήμα Πυραμίδας



Μια παράνομη επιχείρηση που εμπεριέχει την ανταλλαγή χρημάτων πρωταρχικά για την εγγραφή ανθρώπων στο σχήμα, συνήθως χωρίς να υπάρχει ως αντάλλαγμα κάποιο προϊόν ή υπηρεσία.

Μερικές φορές μπορεί να φαίνεται ότι υπάρχει κάποιο προϊόν, αλλά αυτό είναι μόνο για να «δείχνει» σαν μια πραγματική επιχείρηση. Οι άνθρωποι που

επιθυμούν το προϊόν εκτός της πυραμίδας είναι λίγοι ή μπορούν να πάρουν το προϊόν από αλλού σε φθηνότερη τιμή.

Εάν με γράφατε στην επιχείρησή σας και πλήρωνα 300€ για να μπω ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΥΠΗΡΧΕ ΚΑΠΟΙΟ ΠΡΟΪΟΝ ΑΝΑΛΟΓΗΣ ΑΞΙΑΣ ΩΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΜΑ αυτό θα μπορούσε να είναι μια παράνομη πυραμίδα.

Δεν σημαίνει όμως ότι το MLM είναι παράνομη πυραμίδα επειδή οι άνθρωποι γράφουν άλλους ανθρώπους στη δουλειά. Τα ψιλά γράμματα ανάμεσα στο νόμιμο MLM και σε ένα παράνομο πυραμιδικό σχήμα (σύμφωνα με την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου – FTC) είναι η ανταλλαγή ενός πραγματικού προϊόντος.



Ωστόσο, εάν με γράφατε και αγόραζα προϊόντα αξίας 300€για να δω αν θέλω να κάνω τη δουλειά, τότε αυτό δεν είναι παράνομη πυραμίδα εφόσον το προϊόν είναι ένα «πραγματικό» προϊόν και όχι κάποιο αντικείμενο χωρίς αξία.

Οι περισσότερες νόμιμες εταιρίες MLM δίνουν 100% επιστροφή χρημάτων εντός 30 ημερών για τα προϊόντα εάν δεν σας αρέσουν. Και αν αγοράσετε στοκ για να το

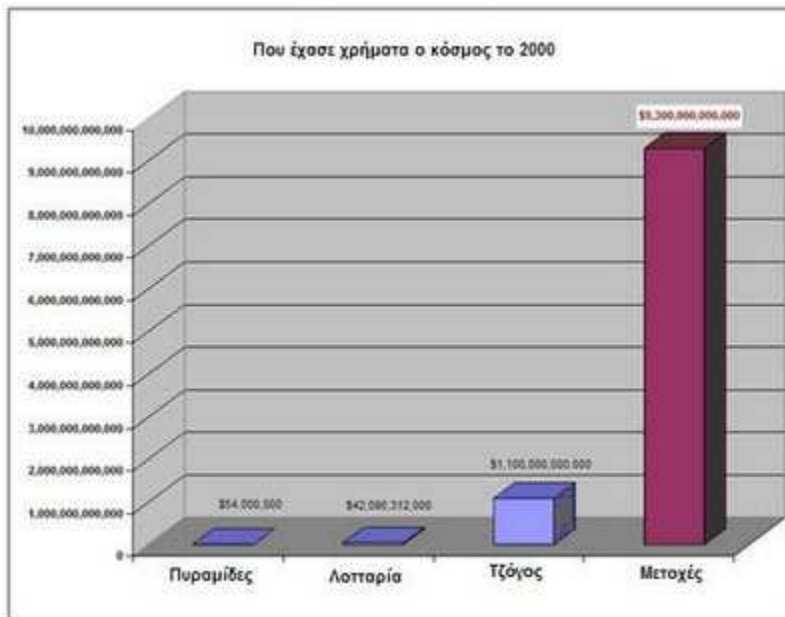
πουλήσετε και μετά αλλάξετε γνώμη για τη δουλειά, οι περισσότερες νόμιμες εταιρίες MLM θα σας δώσουν πίσω το 90% των χρημάτων που πληρώσατε για τα προϊόντα αυτά.

Οπότε η κύρια διαφορά ανάμεσα σε μια παράνομη πυραμίδα και μια νόμιμη εταιρία MLM είναι ότι η πυραμίδα δεν έχει «πραγματικό» προϊόν. Μια νόμιμη εταιρία MLM έχει ένα πραγματικό προϊόν που επιθυμεί ο κόσμος που είναι εκτός της επιχείρησης.

Μια άλλη διαφορά που ψάχνει η FTC (Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου) για να καθορίσει εάν μια εταιρία είναι πυραμίδα είναι το πώς διεξάγεται η δουλειά. Εάν υπάρχει πολύ παραπλανητική διαφήμιση (λένε ότι κάποιος μπορεί να βγάλει πολλά χρήματα με λίγη ή καθόλου δουλειά) ή αν η έμφαση δίνεται μόνο στην στρατολόγηση νέων ατόμων αντί να υπάρχει μια ισορροπία ανάμεσα στην ανεύρεση πελατών και στην ανεύρεση συνεργατών – τότε θα μπορούσε να είναι πυραμίδα.

Βλέποντας τις πυραμίδες αντικειμενικά

Μερικές φορές μου αρέσει να δείχνω ότι δίνεται πολύ αρνητική έμφαση στις παράνομες πυραμίδες, αλλά αν το δείτε αντικειμενικά σε σύγκριση με άλλες βιομηχανίες τότε θα δείτε ότι είναι τελικά υπερβολική έμφαση. Ο τρόπος με τον οποίο βάζω τις πυραμίδες σε αντικειμενική σκοπιά είναι δείχνοντας τις απώλειες που προκαλούνται από πυραμίδες σε αντίθεση με τις απώλειες που προκαλούνται από άλλες δραστηριότητες. Κοιτάξτε την παρακάτω εικόνα:



Όπως μπορείτε να δείτε, οι πυραμίδες δεν προκαλούν πολλές χρηματικές απώλειες σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες.

Μην παρεξηγείτε το σχόλιό μου για τις πυραμίδες – δεν μου αρέσουν καθόλου. Θέλω να εξαλειφθούν. Αλλά τους δίνεται υπερβολική έμφαση σε σύγκριση με το πού χάνει ο κόσμος τα περισσότερα χρήματα.

1.22 MLM: Οι περισσότεροι αποτυχαίνουν;

Έψαξα την εξής ερώτηση: Οι περισσότεροι άνθρωποι που μπαίνουν στο δικτυακό μάρκετινγκ αποτυχαίνουν; Πώς μπορούν οι εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ να συνεχίζουν να ισχυρίζονται ότι όλοι μπορούν να πετύχουν; Μάθετε όσα χρειάζεται να ξέρετε για να υπολογίσετε ακριβώς τις πιθανότητες επιτυχίας σας.

Αυτό το άρθρο είναι για να απαντήσω στο ισχυρισμό ότι οι περισσότεροι άνθρωποι αποτυχαίνουν στο δικτυακό μάρκετινγκ.

Η πρώτη μου σκέψη γι αυτό είναι να κάνω την ερώτηση: Ποιος θα ισχυριζόταν κάτι τέτοιο; Παρακαλώ σκεφτείτε το λίγο. Θα πρέπει να σας δείξει ότι ο άνθρωπος αυτός προσποιείται ότι είναι θύμα. Κατά τη γνώμη μου το πιο

πιθανό είναι ότι ο άνθρωπος αυτός απλά προσπαθεί να δικαιολογήσει το γιατί παραιτήθηκε από το δικτυακό μάρκετινγκ ή το γιατί δεν ξεκίνησε ποτέ.

Εάν κοιτάξετε τις στατιστικές του πόσοι άνθρωποι βγάζουν χρήματα σε σύγκριση με όσους δεν βγάζουν χρήματα στο δικτυακό μάρκετινγκ, θα μπορούσατε να βγάλετε το συμπέρασμα ότι ναι, αυτοί που βγάζουν χρήματα είναι λιγότεροι από αυτούς που δεν βγάζουν. Αλλά γιατί οι άνθρωποι το αντιμετωπίζουν λες και αυτό είναι διαφορετικό από οτιδήποτε άλλο που κάποιος δεν το γνωρίζει; Αφού το ίδιο ισχύει και για οτιδήποτε άλλο επιχειρήσει να κάνει ένας άνθρωπος.

Παρεμπιπτόντως, κάθε φορά που θα αναφέρω το ρήμα «αποτυχαίνω» θα το βάζω σε εισαγωγικά. Θα σας εξηγήσω γιατί σε λίγο.

Αντικειμενικά, οι περισσότεροι άνθρωποι που ανοίγουν ένα λογαριασμό χρηματιστηρίου "αποτυχαίνουν" στις αγοραπωλησίες μετοχών. Οι περισσότεροι άνθρωποι που γίνονται κτηματομεσίτες "αποτυχαίνουν" και κάποιοι δεν καταφέρνουν να πουλήσουν ούτε ένα ακίνητο. Οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλουν να τραγουδήσουν στην όπερα "αποτυχαίνουν". Οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλουν να γίνουν επαγγελματίες ποδοσφαιριστές/καλαθοσφαιριστές "αποτυχαίνουν". Οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση "αποτυχαίνουν". Οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλουν να παίξουν ένα μουσικό όργανο "αποτυχαίνουν". Οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλουν να αδυνατίσουν "αποτυχαίνουν".

Επομένως, ενώ ισχύει το γεγονός ότι οι περισσότεροι άνθρωποι "αποτυχαίνουν" στο δικτυακό μάρκετινγκ, ισχύει και το γεγονός ότι οι περισσότεροι άνθρωποι "αποτυχαίνουν" σε οποιαδήποτε επιδίωξη.

Αυτό που θα ήταν έξυπνο και λογικό να κάνετε είναι να μην κοιτάτε τα ποσοστά των ανθρώπων που "αποτυχαίνουν", αλλά να κοιτάξετε τι έκαναν για να "αποτύχουν" σε αντίθεση με το τι έκαναν οι άνθρωποι που πέτυχαν για να πετύχουν.

Για όσους από εσάς που δεν έχετε ασχοληθεί ποτέ με το δικτυακό μάρκετινγκ, παρακαλώ επιτρέψτε μου να εξηγήσω πόσο παραπλανητικός είναι αυτός ο ισχυρισμός ότι "οι περισσότεροι άνθρωποι αποτυχαίνουν".

Για να μπείτε σε μια εταιρία δικτυακού μάρκετινγκ χρειάζονται γύρω στα 100 δολάρια για να αγοράσετε ένα πακέτο εκκίνησης, που είναι το μόνο που απαιτείται για να γίνετε ανεξάρτητος συνεργάτης μιας εταιρίας. Και λογικά, ένας νέος συνεργάτης θα αγοράσει και μερικά προϊόντα για να γνωρίσει τι πουλάει. Οπότε, ας πούμε ότι το συνολικό κόστος είναι γύρω στα 300 δολάρια για τα προϊόντα και το πακέτο εκκίνησης.

Τώρα σύμφωνα με όσους ισχυρίζονται ότι οι περισσότεροι άνθρωποι "αποτυχαίνουν", εάν αυτός ο άνθρωπος που αγόρασε το πακέτο σταματήσει να ασχολείται με την επιχείρηση οποιαδήποτε στιγμή στο μέλλον, σημαίνει ότι "απέτυχε". Αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται αυτή η στατιστική.

Αλλά για δείτε το εξής: Στις περισσότερες εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ, αν κάποιος άνθρωπος παραιτηθεί μπορεί να στείλει πίσω τα προϊόντα μέσα σε κάποιο ορισμένο χρονικό διάστημα και η εταιρία θα του επιστρέψει τα χρήματα. Οπότε η πραγματική απώλεια είναι μόνο τα 100 δολάρια για το πακέτο εκκίνησης και ίσως κάποια μικρή αποζημίωση. Μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ θα σας δώσει 100% επιστροφή χρημάτων για τα προϊόντα και το πακέτο εκκίνησης εάν τα επιστρέψετε μέσα σε 30 ημέρες. Στην πραγματικότητα παίρνετε πίσω το 90% των χρημάτων σας εάν επιστρέψετε τα προϊόντα σας μέσα στο διάστημα ενός ολόκληρου χρόνου.

Επιτρέψτε μου τώρα να σας το δείξω αυτό αντικειμενικά.

Πριν από 2 χρόνια περίπου έβλεπα στην τηλεόραση τον Tiger Woods να παίζει γκολφ. Ήταν φανταστικός και το έκανε να φαίνεται τόσο εύκολο. Οπότε σκέφτηκα ότι θέλω να παίξω γκολφ. Πήρα τη σύζυγό μου και πήγαμε σε ένα χώρο προπονήσεως γκολφ που ήταν κοντά στο σπίτι μας. Δεν τα πήγαμε και πολύ άσχημα οπότε σκεφτήκαμε ότι θα ήταν διασκεδαστικό και προκλητικό να

ασχοληθούμε με το γκολφ. Πήγαμε στο τοπικό κατάστημα εξοπλισμού γκολφ και αγοράσαμε μπαστούνια, τσάντες, παπούτσια, μπάλες και μερικά εκπαιδευτικά εγχειρίδια και DVD. Βγήκαμε από το κατάστημα μετά από 1 ώρα έχοντας ξοδέψει 4.000 δολάρια.

Πήγαμε μερικές φορές στο χώρο προπονήσεως για να εξασκηθούμε και το ταξίδι αυτό μας κόστισε 20 δολάρια κάθε φορά. Παίξαμε δύο φορές στο τοπικό γήπεδο γκολφ που κόστισε 80 δολάρια κάθε φορά συν 30 δολάρια για να ανεβούμε στο μικρό αυτοκίνητο μεταφοράς. Οπότε κόστιζε περίπου 110 δολάρια κάθε φορά που παίζαμε.

Μετά διάβασα για ένα πολύ όμορφο γήπεδο γκολφ στη Φλόριντα στο Ritz-Carlton Resort. Πήγαμε εκεί με το αυτοκίνητο και η διαμονή μας κόστισε 700 δολάρια τη βραδιά και 200 δολάρια ανά άτομο για να παίξουμε στη γήπεδο. Εκείνη την ημέρα η θερμοκρασία πρέπει να ήταν γύρω στους 38 βαθμούς και ιδρώναμε για 4 ώρες συνεχόμενα. Έπαιξα χάλια και η όλη εμπειρία δεν μου άρεσε καθόλου. Δεν μου άρεσε πρωταρχικά γιατί ή απόδοσή μου ήταν κακή και η ζέστη με έκανε να αισθάνομαι άσχημα. Φύγαμε από τη Φλόριντα έχοντας ξοδέψει 1.200 δολάρια και όταν φτάσαμε σπίτι πέταξα τα μπαστούνια στο γκαράζ και από τότε δεν ξαναέπαιξα.

Οπότε η εμπειρία μου στο γκολφ μου κόστισε περίπου 5.000 δολάρια εκ των οποίων δεν υπήρχε η δυνατότητα να μου επιστραφεί ούτε ένα. Γιατί δεν ανέβασα μια ιστοσελίδα και δεν έγραψα για το πώς η βιομηχανία του γκολφ κλέβει τα λεφτά του κόσμου και όταν κοιτάς τις στατιστικές οι πιθανότητες να παίξεις γκολφ όπως ο Tiger Woods είναι λιγότερες από 0,0001%. Γιατί δεν φώναζα και δεν ωρυόμουν για την αδικία που το πραγματικό κόστος ενός μπαστουιού του γκολφ είναι περίπου 6 δολάρια, αλλά το κατάστημα μου χρέωσε 100 δολάρια το κάθε μπαστούνι; Δεν ανέβασα μια τέτοια ιστοσελίδα γιατί δεν το παίζω θύμα. Ξέρω τι συνέβη. Δεν «απέτυχα» στο γκολφ, παραιτήθηκα.

Επιτρέψτε μου να σας δείξω κάποιες ομοιότητες ανάμεσα στην εμπειρία μου στο γκολφ και στο δικτυακό μάρκετινγκ. Το ότι είδα τον Tiger Woods να

διασκεδάζει ήταν σαν να πήγα σε μια επιχειρηματική παρουσίαση και να ενθουσιάστηκα. Το ότι πήγα στο χώρο προπόνησης με τη γυναίκα μου ήταν σαν να πρότεινα σε ένα φίλο την επιχειρηματική ευκαιρία. Φαινόταν διασκεδαστικό και νομίσαμε ότι θα τα πηγαίναμε καλά. Το ότι αγοράσαμε τα μπαστούνια του γκολφ και όλον τον εξοπλισμό ήταν σαν να αγοράσαμε το πακέτο εκκίνησης και κάποια προϊόντα. Παρόλο που ξόδεψα πολύ περισσότερα χρήματα για τα μπαστούνια του γκολφ. Η αγορά των βιβλίων και των εκπαιδευτικών DVD μοιάζει με την αγορά εκπαιδευτικών υλικών στο δικτυακό μάρκετινγκ. Το γεγονός ότι η απόδοσή μου δεν ήταν σύμφωνα με τις προσδοκίες μου εκείνη την ημέρα στην Φλόριντα μοιάζει πολύ με την εμπειρία κάποιου που δεν έχει άμεση επιτυχία στο δικτυακό μάρκετινγκ.

Αυτό για το οποίο είμαι σίγουρος είναι ότι κάθε άνθρωπος που είναι επαγγελματίας παίκτης του γκολφ είχε κάποιες μέρες που δεν έπαιξε σύμφωνα με τις προσδοκίες του, αλλά προφανώς δεν παραιτήθηκε κιόλας. Επέμεινε σ' αυτό. Το ενδιαφέρον του να είναι καλός στο γκολφ ήταν μεγαλύτερο από το ενδιαφέρον του στο να παραιτηθεί. Η αλήθεια είναι ότι δεν "απέτυχα" στο γκολφ. Παραιτήθηκα από το γκολφ. Ούτε και οι εκατομμύρια άνθρωποι που έχουν μπαστούνια του γκολφ στα γκαράζ τους και δεν παίζουν γκολφ τώρα "απέτυχαν" στο γκολφ. Παραιτήθηκαν.

Το πραγματικό γεγονός είναι ότι δεν χρειάζεται καθόλου προσπάθεια για να παραιτηθεί κάποιος από το δικτυακό μάρκετινγκ. Απλά πετάει το πακέτο εκκίνησης στο γκαράζ και δεν ασχολείται άλλο. Αυτό χρειάζεται μόνο για να παραιτηθεί.

Οπότε όταν ακούτε ανθρώπους να ισχυρίζονται ότι οι περισσότεροι "αποτυχαίνουν" στο δικτυακό μάρκετινγκ, φέρτε στο μυαλό σας όλα τα μπαστούνια του γκολφ που είναι παρατημένα στα γκαράζ, όλες τις συνδρομές στα γυμναστήρια που είναι ανενεργές, όλα τα μηχανήματα γυμναστικής που έχει ο κόσμος στα σπίτια του που δεν έχουν χρησιμοποιηθεί για μήνες και τώρα έχουν ρούχα κρεμασμένα πάνω τους, όλα τα μουσικά όργανα που μένουν αχρησιμοποίητα μέσα στα κουτιά τους. Εάν κάποιος σας πει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι "αποτυχαίνουν" ή ότι οι περισσότεροι δεν βγάζουν

χρήματα στο δικτυακό μάρκετινγκ ζητήστε τους να το δουν αντικειμενικά σε σύγκριση με όλα τα άλλα πράγματα που επιχειρεί να κάνει ο κόσμος. Εάν έχουν αξιοπρέπεια θα πουν ότι δεν έχει καμία διαφορά, οι περισσότεροι άνθρωποι παραιτούνται σε όλα.

Στην πραγματικότητα, στις πρώτες μου μέρες κι εγώ παραιτήθηκα από το δικτυακό μάρκετινγκ για περίπου δύο εβδομάδες. Μετά αποφάσισα ότι δεν θα παραιτούμουν γιατί ήταν η μόνη μου ευκαιρία να βγάλω πολλά χρήματα. Αφιερώθηκα στο να μάθω τη δουλειά και συνέχισα βγάζοντας τελικά πολλά χρήματα. Ακριβώς όπως κάθε άλλος άνθρωπος που έχει πετύχει μεγάλα πράγματα στη ζωή του.

Η απόφαση που παίρνει κάποιος την ημέρα που γράφεται ή την ημέρα που αγοράζει το πακέτο εκκίνησης δεν είναι και η σημαντική. Η σημαντική είναι η απόφαση που παίρνει όταν καταλαβαίνει τι χρειάζεται να κάνει για να πετύχει. Ο Tiger Woods είναι φανταστικός γιατί δούλεψε πάρα πολύ. Και το δικτυακό μάρκετινγκ είναι ακριβώς το ίδιο.

Μια επιχείρηση είναι απλά ένας άνθρωπος ή μια εταιρία που κάνει τις ζωές των ανθρώπων καλύτερες. Αυτό που χρειάζεται κάποιος να μάθει για να το πετύχει αυτό στο δικτυακό μάρκετινγκ είναι οι τεχνικές επικοινωνίας. Και οι τεχνικές επικοινωνίας είναι σαν ένα χτύπημα στο γκολφ: είναι κάτι που μαθαίνει κάποιος, όχι κάτι με το οποίο γεννιέται.

Ο λόγος για τον οποίο έβαλα το ρήμα "αποτυχαίνω" σε εισαγωγικά είναι ότι οι άνθρωποι δεν "αποτυχαίνουν" σε πράγματα, παραιτούνται πριν μάθουν τις απαραίτητες τεχνικές για να τα κάνουν. Αυτό είναι όλο.

Επομένως η παραίτηση δεν είναι το ίδιο πράγμα με την αποτυχία.

Σε συμπερίληψη με αυτό το θέμα θα σχολιάσω επίσης εν συντομία τον ισχυρισμό ότι οι πιθανότητές σας να βγάλετε πολλά χρήματα στο MLM είναι ελάχιστες έως ανύπαρκτες. Λυπάμαι που θα φανώ αυθάδης στους ανθρώπους που ισχυρίζονται αυτό το πράγμα, αλλά αυτό ο ισχυρισμός είναι

άσχετος.

Εάν θέλω να αδυνατίσω και να είμαι σε φόρμα, ποιες είναι οι πιθανότητές μου ότι όντως θα το πετύχω; Αυτό φαίνεται σαν άσχετη ερώτηση, έτσι δεν είναι; Γιατί οι πιθανότητες δεν έχουν καμία σχέση με το αν εγώ θα σηκωθώ από τον καναπέ και θα πετάξω τα πατατάκια στα σκουπίδια. Οι πιθανότητες χρησιμοποιούνται λανθασμένα όταν η απόδοση μπορεί να αλλάξει τις πιθανότητες.

Εάν πετάξω ένα ζάρι δεν παίζει ρόλο η απόδοση. Οπότε κάποιος μπορεί να πει ότι οι πιθανότητες να πετύχω το 3 είναι μία στις έξι. Ή εάν πετάξω ένα νόμισμα δεν παίζει ρόλο η απόδοση. Οι πιθανότητες είναι 50/50. Εάν αγοράζω ένα λαχείο, δεν παίζει ρόλο η απόδοση, οπότε παίζουν ρόλο οι πιθανότητες. Αλλά εάν προσπαθώ να βάλω μια μικρή άσπρη μπάλα σε μία τρύπα στο γήπεδο του γκολφ, παίζει ρόλο η απόδοση. Εάν προσπαθώ να χτίσω μια επιχείρηση, παίζει ρόλο η απόδοση και οι πιθανότητες δεν έχουν καμία σχέση. Η απόδοση βασίζεται, βασιζόταν και θα βασίζεται πάντα στη γνώση και στην εκπαίδευση. Αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο οποιοσδήποτε γίνεται καλύτερος σε οτιδήποτε.

Ο γιος μου μου έκανε μια ερώτηση που θα ήθελα πολύ να μάθω πώς θα την απαντούσατε. Ορίστε η ερώτησή του: Μπαμπά, ποιες είναι οι πιθανότητές μου να μπω στην ομάδα γκολφ του σχολείου; Εάν ήταν ο δικός σας γιος, πώς θα την απαντούσατε; Η δική μου απάντηση ήταν: "Γιε μου, οι πιθανότητες δεν έχουν καμία σχέση μ' αυτό. Η απόδοσή σου καθορίζει εάν θα καταφέρεις να μπεις στην ομάδα του γκολφ. Όχι οι πιθανότητές σου."

Οποιοσδήποτε πετυχαίνει οτιδήποτε αξιοσημείωτο στη ζωή το κάνει παίρνοντας τη σωστή εκπαίδευση. Σας προτείνω να κάνετε το ίδιο.

1.23 MLM: Ποιοι γίνονται πλούσιοι; Ποιοι δεν γίνονται;

Μάθετε ποιοι βγάζουν τα περισσότερα χρήματα στο Δικτυακό Μάρκετινγκ. Ποιοι φτάνουν πραγματικά στην κορυφή; Χρειάζεται να μπειτε από την αρχή

για να πετύχετε; Μάθετε ποιοι γίνονται πλούσιοι από το MLM.

Αυτό το σύντομο άρθρο έχει σκοπό να απαντήσει μια ερώτηση ή να εξηγήσει μια παρεξήγηση για δύο θέματα στο δικτυακό μάρκετινγκ.

Οι άνθρωποι που βρίσκονται στην κορυφή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα;

Οι άνθρωποι που μπαίνουν στην αρχή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα;

Θα ξεκινήσω με την πρώτη ερώτηση. Οι άνθρωποι που βρίσκονται στην κορυφή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα; Αντικειμενικά η απάντηση είναι ναι και είναι επίσης ναι και για την Microsoft, την Kodak και οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση. Στην πραγματικότητα, προσπαθήστε να βρείτε κάποια εταιρία όπου οι άνθρωποι που βρίσκονται στο πιο χαμηλό επίπεδο βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα. Εάν ερευνήσετε τις αμοιβές στελεχών και ιδιοκτητών των περισσότερων εταιριών θα δείτε ότι μόνο λίγοι άνθρωποι στην κορυφή βγάζουν την πλειοψηφία των χρημάτων.

Για να σας δώσω τις πραγματικές στατιστικές για το 2006 ο μέσος Αμερικανός εργαζόμενος δούλεψε έναν ολόκληρο χρόνο συμπεριλαμβανομένων των Σαββατοκύριακων και χωρίς καθόλου διακοπές για να κερδίσει όσα έβγαζε ο μέσος Διευθύνων Σύμβουλος (CEO) σε μία ημέρα. Αυτό είναι σύμφωνα με την έρευνα της Associated Press σε 386 εταιρίες Fortune 500 για το 2006. Τα στελέχη έβγαζαν κατά μέσο όρο 10.8 εκατομμύρια δολάρια συνολικό ετήσιο εισόδημα ενώ συγχρόνως ο μέσος Αμερικανός εργαζόμενος έβγαζε 29.544 δολάρια. Σε κάθε βιομηχανία μόνο λίγοι άνθρωποι κερδίζουν τα περισσότερα χρήματα.

Μία άλλη τεκμηρίωση αυτού του γεγονότος είναι η αναφορά του US Census για το 2005. Σχεδόν το 70% των Αμερικάνικων νοικοκυριών κερδίζουν κάτω από 25.000 δολάρια ενώ μόνο το 5,8% κερδίζουν πάνω από 150.000 δολάρια. Οπότε μόνο το 6% σχεδόν των Αμερικάνικων νοικοκυριών κερδίζουν

πάνω από 150.000 δολάρια. Αλλά και όσοι τα βγάζουν αυτά δεν είναι βέβαιοι οι κορυφαίοι σε εισοδήματα.

Σύμφωνα με το World Wealth Report από την εταιρία MerillLynch στις ΗΠΑ και στον Καναδά υπάρχουν περίπου 30.000 άνθρωποι με επενδύσεις ενεργητικού πάνω από 30 εκατομμύρια δολάρια. Αυτοί οι 30.000 άνθρωποι που έχουν πάνω από 30 εκατομμύρια δολάρια αντιπροσωπεύουν το 1/100 του 100% του συνολικού πληθυσμού. Οπότε είναι ξεκάθαρο ότι μόνο λίγοι άνθρωποι βγάζουν την πλειοψηφία των χρημάτων σε κάθε εταιρία, κάθε βιομηχανία και ακόμη σε κάθε χώρα. Και επομένως είναι αδικία και προκατάληψη να κοιτάμε τη βιομηχανία του MLM ή του Δικτυακού Μάρκετινγκ και να ισχυριζόμαστε ότι είναι ελαττωματική επειδή οι άνθρωποι που βρίσκονται στην κορυφή βγάζουν τα περισσότερα χρήματα, ενώ το ίδιο μπορεί να αποδειχθεί ότι συμβαίνει σε κάθε βιομηχανία.

Δεν σας δίνω αυτές τις πληροφορίες επειδή διαμαρτύρομαι ότι είναι άδικο. Η σύστασή μου θα ήταν να μην διαμαρτύρεστε γι αυτό, αντίθετα, γίνετε ένας από τους πλούσιους. Οι άνθρωποι που διαμαρτύρονται ότι αυτοί που βρίσκονται στην κορυφή βγάζουν τα περισσότερα χρήματα είτε δικαιολογούν το λόγο για τον οποίο παραιτήθηκαν από το να γίνουν ένας από τους πλούσιους, ή δικαιολογούν το λόγο για τον οποίο δεν προσπάθησαν ποτέ.

Το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να εξετάσετε είναι ότι τα πλάνα αμοιβών του Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι σχεδιασμένα να ανταμείβουν την παραγωγή. Δεν κάνεις τίποτα; Δεν κερδίζεις τίποτα. Κάνεις λίγα; Κερδίζεις λίγα. Κάνεις πολλά; Κερδίζεις πολλά. Πώς αλλιώς μπορείς να ανταμείψεις τους εργαζόμενους; Φανταστείτε εάν εσείς κι εγώ ξεκινούσαμε μια εταιρία και αποφασίζαμε ότι όποιος κάνει την μικρότερη παραγωγή θα βγάζει τα περισσότερα χρήματα. Θα δούλευε αυτό; Όχι! Έτσι λειτουργεί το σύστημα κοινωνικής πρόνοιας και έχει αποδειχθεί ότι δεν δουλεύει.

Το MLM πληρώνει με βάση κάποια επίπεδα επιδόσεων. Εάν οι επιδόσεις σας φτάσουν κάποιο συγκεκριμένο επίπεδο, κερδίζετε αυτά που πληρώνει αυτό το επίπεδο. Εάν δεν κάνετε τίποτα, δεν παίρνετε τίποτα. Εάν κάνετε λίγα, θα

κερδίσετε λίγο έξτρα εισόδημα. Εάν κάνετε λίγα περισσότερα, θα κερδίσετε εισόδημα μερικής απασχόλησης. Εάν κάνετε εξαιρετικά πολλά, μπορείτε να δημιουργήσετε πλούτο.

Πόσοι άνθρωποι θα πετύχουν το υψηλότερο επίπεδο; Όσων οι επιδόσεις φτάσουν το επίπεδο αυτό.

Μια εταιρία MLM, αντίθετα με τις παραδοσιακές εταιρίες, δεν βάζει περιορισμούς σε κανέναν. Μια εταιρία MLM δεν λέει "Θα επιτρέψουμε μόνο σε 10 ανθρώπους να φτάσουν στο κορυφαίο επίπεδο". Δεν κοιτάει ποιο πανεπιστήμιο τελειώσατε, ή αν τελειώσατε κάποιο για να αποφασίσει πόσα θα πληρώνεστε. Δεν κοιτάει το μισθό σας από την προηγούμενη δουλειά σας για να τον χρησιμοποιήσει ως βάση του πόσα θα σας πληρώνει, όπως κάνουν οι περισσότεροι εργοδότες. Μια εταιρία MLM δεν κοιτάει ούτε τι προϋπηρεσία έχετε ή δεν έχετε. Όποιος φτάνει τα απαιτούμενα επίπεδα επιδόσεων απολαμβάνει τα πλεονεκτήματα αυτού του επιπέδου. Αυτή είναι η πιο δίκαιη δομή ανταμοιβών που θα μπορούσε να υπάρξει.

Ας προχωρήσουμε στην δεύτερη ερώτηση.

Οι άνθρωποι που μπαίνουν στην αρχή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα; Σε ποια επιχείρηση δεν συμβαίνει αυτό; Εγώ ξέρω μόνο μία και θα σας την πω σε λίγο.

Εάν έχετε δουλέψει για μια παραδοσιακή εταιρία, οι ιδιοκτήτες δεν μπήκαν πριν από εσάς; Δεν κερδίζουν χρήματα από αυτά που κάνετε εσείς;

Στο χρηματιστήριο εάν αγοράσετε μια μετοχή 20 δολάρια και την πουλήσετε 30, δεν βγάζετε χρήματα από τους ανθρώπους που αγόρασαν τη μετοχή μετά από εσάς; Αγοράζετε ένα σπίτι για 250.000 δολάρια και το πουλάτε 300.000 δολάρια. Δεν βγάζετε χρήματα από τον άνθρωπο που το αγόρασε μετά από εσάς;

Μία από τις μόνες βιομηχανίες που γνωρίζω όπου κάποιος μπορεί να μπει

αργότερα και να βγάλει περισσότερα χρήματα από αυτούς που μπήκαν νωρίτερα είναι η βιομηχανία του Δικτυακού Μάρκετινγκ. Για να το αποδείξω αυτό, υπάρχουν άνθρωποι στην οργάνωσή μου, που σημαίνει στην ομάδα μου, που μπήκαν πάνω από ένα χρόνο αργότερα απ' ότι μπήκα εγώ και βγάζουν περισσότερα χρήματα απ' ότι εγώ. Δεν σας φαίνεται περίεργο αυτό; Στην πραγματικότητα δεν μπόρεσα να βρω ούτε μία εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ όπου ο πρώτος Διανομέας που μπήκε στην εταιρία βγάζει τα περισσότερα χρήματα. Αυτό το γεγονός δεν αφηφά όσους λένε ότι μόνο αυτοί που μπαίνουν στην αρχή βγάζουν περισσότερα χρήματα; Η αλήθεια είναι ότι οι άνθρωποι που βγάζουν περισσότερα χρήματα από εμένα στην οργάνωσή μου θα έπρεπε να κερδίζουν περισσότερα. Είναι φανερό ότι κάνουν μεγαλύτερη παραγωγή και κινούν περισσότερα προϊόντα απ' ότι εγώ.

Οπότε η δήλωση ότι οι άνθρωποι που μπαίνουν στην αρχή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα ισχύει για τις περισσότερες βιομηχανίες, αλλά στο Δικτυακό Μάρκετινγκ ισχύει μόνο όταν αυτός ο άνθρωπος που μπήκε νωρίτερα συνεχίζει να είναι πιο παραγωγικός από τους ανθρώπους που μπήκαν αργότερα. **Στην πραγματικότητα οποιοσδήποτε άνθρωπος μπορεί να μπει στο Δικτυακό Μάρκετινγκ οποιαδήποτε στιγμή και να κερδίσει περισσότερο εισόδημα από οποιονδήποτε άλλον στην εταιρία.** Ισχύει αυτό στις παραδοσιακές επιχειρήσεις; Όχι βέβαια!

Οπότε η δήλωση ότι οι άνθρωποι που μπαίνουν στην αρχή βγάζουν τα περισσότερα ή όλα τα χρήματα είναι αντικειμενικά λανθασμένη. Αυτό είναι αποδείξιμο στην επιχείρησή μου και είναι αποδείξιμο σε όλες τις εταιρίες Δικτυακού Μάρκετινγκ που έχω ερευνήσει.

Συχνές Ερωτήσεις (FAQ)

1. Είναι το Δικτυακό Μάρκετινγκ πυραμίδα;

Είναι η πρώτη ερώτηση που κάνουν πολλοί. Μονολεκτικά η απάντηση είναι **OXI**.

Και η εξήγηση είναι απλή.

- Τα χρήματα που δίνονται στην εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ έχουν από αντίκρυσμα: κάποιο προϊόν. Αυτό μπορεί να είναι διατροφικό, προσωπικής φροντίδας, καλλυντικό - ουσιαστικά οτιδήποτε μπορεί να προωθείται μέσω άμεσης πώλησης.
- Οι περισσότερες εταιρίες που δραστηριοποιούνται με αυτό το σύστημα έχουν ζωή δεκαετιών. Εάν ήταν σχήματα εξαπάτησης θα είχαν εκτεθεί προ πολλού. Ενδεικτικά να αναφέρουμε ότι η Forever Living Products ιδρύθηκε το 1978, η Oriflame το 1967 και η Avon το 1886!
- Οι εταιρίες Δικτυακού Μάρκετινγκ δραστηριοποιούνται παγκόσμια σε δεκάδες χώρες, με διαφορετική νομοθεσία η κάθε μία. Έχουν υπάρξει περιπτώσεις καταγγελιών είτε για τα προϊόντα είτε για το σύστημα marketing **ελάχιστων εταιριών** (με μια μικρή έρευνα σε κάθε μια από τις εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ που αναφέρονται στην λίστα της [Wikipedia](#), μπορείτε να βρείτε ποιες είναι). Ενδεικτικά η Forever Living Products μέχρι το τέλος του 2009 δραστηριοποιούνταν σε 140 χώρες, η Oriflame σε 59 και η Avon σε πάνω από 140 χώρες.
- Στα σχήματα πυραμίδας, χρήματα βγάζουν όσοι βρίσκονται στην κορυφή της πυραμίδας. Αντιθέτως, στις περισσότερες εταιρίες Δικτυακού Μάρκετινγκ χρήματα βγάζουν όσοι εργάζονται και είναι παραγωγικοί.

1.24 Πώς να επιλέξω μια εταιρία Δικτυακού Marketing;

Η αρχική επιλογή της εταιρίας είναι καθοριστικής σημασίας, γιατί σε αυτή θα επενδύσετε χρόνο και προσπάθεια και αναμένετε αντίστοιχο χρηματικό "αντάλλαγμα". Αυτή η επιλογή θα σας συντροφεύει για πολλά χρόνια.

Αν και κάθε Ανεξάρτητος Συνεργάτης, προβάλλει τη δική του εταιρία ως την καλύτερη, την αποδοτικότερη, την πληρέστερη κ.ο.κ., σκοπός μας δεν είναι να σας υποδείξουμε κάποια συγκεκριμένη εταιρία, μιας αφενός δεν είναι αυτός ο σκοπός αυτού του site, αφετέρου πιστεύουμε ότι παρά κάποιες διαφορές υπάρχουν αρκετές εταιρίες στην κορυφή της λίστας του Δικτυακού Marketing. Ακολουθούν μερικές κατευθυντήριες γραμμές, σε μορφή ερωτήσεων, τις οποίες μπορείτε να χρησιμοποιήσετε προτού επιλέξετε την εταιρία με την οποία θέλετε να συνεργαστείτε.

α) Τα προϊόντα που πουλάει η εταιρία είναι όντως ποιοτικά;

Γιατί έχει σημασία αυτό; Γιατί αν τα προϊόντα δεν είναι ποιοτικά, ή αποτελεσματικά, τότε μετά τον πρώτο ενθουσιασμό, η αγορά δεν θα επαναληφθεί. Πώς μπορείτε να διαπιστώσετε αν τα προϊόντα όντως είναι ποιοτικά; Με το **να δοκιμάσετε τα προϊόντα για τουλάχιστον 1-2 μήνες.**

β) Υπάρχει περίπτωση να υποβιβαστώ;

Αν υπάρχουν προϋποθέσεις (σε χρήμα, ή σε παραγωγή) για να κρατήσετε το επίπεδο που έχετε κατακτήσει στην εταιρία, τότε υπάρχει πιθανότητα σε περίπτωση ασθένειας, ή παροδικής ή μόνιμης αδυναμίας να συνεχίσετε να εργάζεστε, να χάσετε αυτά που με κόπο κατακτήσατε. **Επιλέξτε μια εταιρία στην οποία δεν επιτρέπονται υποβιβασμοί.**

γ) Μπορώ να κληρονομήσω το δίκτυό μου στα παιδιά μου;

Κάποιες εταιρίες δεν επιτρέπουν να μεταβιβάσετε ή να κληρονομήσετε το δίκτυό σας σε άτομα της επιλογής σας. Έτσι οι κόποι σας, μπορεί να πάνε χαμένοι. **Επιλέξτε μια**

εταιρία η οποία επιτρέπει να μεταβιβάζεται το δικτύο σας, δηλαδή την περιουσία σας.

δ) Είναι γραμμένη η πολιτική της εταιρίας;

Γιατί είναι αυτό σημαντικό; Γιατί εάν η πολιτική της εταιρίας δεν είναι γραμμένη, δεν σας εγγυάται κανένας ότι θα σας δώσουν αυτά που σας υπόσχονται, ή ότι ξαφνικά δεν θα αλλάξει κάτι χωρίς επαρκή ενημέρωση και ειδοποίηση. **Επιλέξτε μια εταιρία που έχει σε γραπτή, επίσημη μορφή την πολιτική της.**

ε) Τα προϊόντα είναι αναλώσιμα;

Φανταστείτε ότι πουλάτε διαρκή καταναλωτά αγαθά, για παράδειγμα μια συσκευή καφέ. Οι πελάτες σας θα ψωνίσουν από εσάς μετά από χρόνια. Έτσι εσείς θα πρέπει συνεχώς να βρίσκεται καινούργιους πελάτες, ώστε να αμοίβεστε. **Βρείτε μια εταιρία που κατά κύριο λόγο να εμπορεύεται αναλώσιμα προϊόντα, για να μπορείτε να απολαμβάνετε συνεχές και σταθερό εισόδημα.**

στ) Οι αμοιβές καταβάλλονται βάσει της λιανικής τιμής του προϊόντος;

Μια αξιόπιστη εταιρία, η οποία σέβεται τους συνεργάτες της και τις προσπάθειές τους, καταβάλλει bonus με βάση τη λιανική τιμή του προϊόντος και όχι την χονδρική.

ζ) Πόσο καιρό δραστηριοποιείται στην αγορά η Εταιρία Δικτυακού Marketing που επιλέγετε;

Αυτή είναι μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους. Έαν η εταιρία είναι καινούργια, είστε βέβαιοι ότι δεν είναι σχήμα εξαπάτησης; Τα προϊόντα της έχουν αποδοχή; Είναι ποιοτικά; Η εταιρία είναι βιώσιμη, ή υπάρχει πιθανότητα να κλείσει και οι κόποι σας να πάνε χαμένοι; **Ψάξτε για μια εταιρία με τουλάχιστον 5 χρόνια παρουσίας στην αγορά του Δικτυακού Μάρκετινγκ.**

η) Ποια είναι η απόδοση της εταιρίας που επιλέγετε;

Εφόσον στοχεύετε στο να ανεξαρτητοποιηθείτε οικονομικά, η εταιρία που θα επιλέξετε πρέπει να είναι εύρωστη. Ποιες είναι οι οικονομικές της καταστάσεις; Είναι εύκολα προσβάσιμες, ή χρειάζεται να ψάχνετε για ώρα για να τις εντοπίσετε; Ποια είναι η ετήσια ποσοστιαία αύξηση στον τζίρο της και στα κέρδη της; Έχει σταθερή πορεία ή παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις;

θ) Πόσες ευκαιρίες για εισόδημα σας παρέχει;

Όσες περισσότερες είναι οι ευκαιρίες που σας δίνει ώστε να αποκτήσετε ικανοποιητικό εισόδημα, τόσο ευκολότερο είναι να επιτύχετε το στόχο της οικονομικής ανεξαρτησίας. Εάν απασχολούμαι μερικώς στην εταιρία, τα ποσά που κερδίζω αντικατοπτρίζουν αυτή την επένδυση χρόνου; Εκτός από τα bonus, δίνονται κίνητρα για επιπρόσθετες αμοιβές; Υπάρχει συμμετοχή στα ετήσια κέρδη; Παρέχονται ευκαιρίες για δωρεάν ταξίδια; **Επιλέξτε μια εταιρία που σας δίνει αρκετές ευκαιρίες εισοδήματος.**

ι) Τι δίκτυο υποστήριξης παρέχει η εταιρία;

Αν γραφτώ στη εταιρία, πώς θα βοηθηθώ να ξεκινήσω; Υπάρχουν άτομα που είναι

πρόθυμα να με εκπαιδεύσουν; Παρέχονται δωρεάν σεμινάρια; Δίδεται διαφημιστικό υλικό σε χαμηλές τιμές; Υπάρχουν εκπαιδευτικά έντυπα, και για τα προϊόντα, και για το σύστημα μάρκετινγκ και για τους τρόπους πωλήσεων; **Όσο μεγαλύτερη υποστήριξη παρέχει η εταιρία, τόσο μεγαλύτερες είναι η πιθανότητες να επιτύχετε.**

ια) Σε πόσες χώρες δραστηριοποιείται η εταιρία; Μπορώ να κάνω δίκτυο στο εξωτερικό;

Όσο περισσότερες είναι οι χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται η εταιρία, τόσο πιο σταθερή αναπτυξιακή πορεία έχει. Επιπλέον, αυτό σας δίνει την δυνατότητα να επεκτείνετε το δίκτυο σας και στο εξωτερικό. **Διαλέξτε μια εταιρία με παγκόσμια παρουσία, η οποία σας επιτρέπει να αναπτύσσετε το δίκτυό σας, όπου δραστηριοποιείται και αυτή.**

3. Γιατί να μην επιλέξω μια εταιρία που υπόσχεται κέρδη χωρίς προσπάθεια; Σκεφτείτε το εξής. Αν μια εταιρία δεν ζητάει να προσφέρετε απολύτως τίποτα και σας υπόσχεται ότι εκείνη θα τα κάνει όλα για εσάς, χωρίς εσείς να χρειαστεί να εργαστείτε ιδιαίτερα, τι είδους συνεργάτες θα συγκεντρώσει; Πιθανότατα οι συνεργάτες της, δηλαδή τα άτομα που στηρίζουν τις πωλήσεις της, θα είναι μη εργατικά. Αυτή η εταιρία, δεν θα σας προσφέρει ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον. *Προσέξτε τις εταιρίες που σας προσφέρουν πολλά και ζητάνε λίγα.*

4. Πόσο γρήγορα θα βγάλω χρήματα;

Είναι μια συχνή ερώτηση, που δυστυχώς δεν έχει μια συγκεκριμένη απάντηση. Υπάρχουν άτομα που έχουν βγάλει ικανοποιητικό εισόδημα μέσα σε ένα 3μηνο, σε ένα 6μηνο, σε ένα έτος και άλλα ποτέ. Προφανώς υπάρχουν κάποια πράγματα που μπορούν να συνεκτιμηθούν.

Μερικοί παράγοντες είναι: το προϊόν που προωθείτε, το σύστημα bonus της εταιρίας, τα κίνητρα, αλλά ο πιο σημαντικός παράγοντας είναι ο εξής: η αποτελεσματική επένδυση του χρόνου. Όσο γρηγορότερα κάποιος αρχίσει να προωθεί με μια σωστή μέθοδο την επιχειρηματική ευκαιρία της εταιρίας του Δικτυακού Μάρκετινγκ που

εκπροσωπεί, τόσο πιο γρήγορα θα δημιουργηθεί ικανοποιητικό εισόδημα. Καθοριστικό ρόλο σε αυτό, θα παίξει ένας ικανός ανάδοχος, ο οποίος θα σας συστήσει στην εταιρία και θα σας εκπαιδεύσει γρήγορα και αποτελεσματικά.

5. Μπορώ να το κάνω δοκιμαστικά;

Όπως σε κάθε εργασία μπορείτε να το κάνετε δοκιμαστικά. Και όπως σε κάθε δουλειά, αυτό είναι η μεγαλύτερη συνταγή αποτυχίας. Φυσικά, δεν θα παρατήσετε την σίγουρη εργασία σας, ώστε να εργαστείτε σε μια εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ (εκτός και εάν δεν σας πειράζει να μείνετε κατά πάσα πιθανότητα χωρίς σταθερό εισόδημα για κάποιους μήνες). Σχεδόν καμία εταιρία δικτυακού marketing δεν απαιτεί να εργάζεστε συγκεκριμένες ώρες την εβδομάδα, από την άλλη όμως χρειάζεται κάποια στοιχειώδης δέσμευση από την πλευρά σας. Χρειάζεται να αφιερώνετε συγκεκριμένες ώρες (που θα επιλέξετε εσείς το πόσο και το πότε) κάθε εβδομάδα. Αυτές συνήθως κυμαίνονται από 3-5, για εισόδημα που αντιστοιχεί σε μερικής απασχόλησης εργασία, ή έως και 15 ώρες ανά εβδομάδα, για εισόδημα που αντιστοιχεί σε καλοπληρωμένη εργασία πλήρους απασχόλησης. Επίσης χρειάζεται να δεσμευτείτε για τουλάχιστον ένα χρόνο. Αυτό το χρόνο θα εκπαιδευτείτε και θα χτίσετε το δίκτυό σας.

2. Η ιστορία της Amway

2.1 Το ξεκίνημα

Το 1949 γνώρισαν τα **συμπληρώματα διατροφής NUTRILITE™** και την μέθοδο απευθείας πωλήσεων με την οποία πωλούνταν. Η επιτυχία των πωλήσεων των προϊόντων NUTRILITE έπεισε τους **DeVos και Van Andel** ότι, κάθε άνθρωπος πρόθυμος να εργαστεί σκληρά, θα μπορούσε να έχει μια δική του επιχείρηση με τη μέθοδο των απευθείας πωλήσεων.

Δεκαετία 50

Το 1959 ο **Van Andel και DeVos** συνιδρύσαν την Amway, υιοθετώντας τις βασικές αρχές του **σχεδίου πωλήσεων της NUTRILITE**: μια χαμηλού επιχειρηματικού κινδύνου ευκαιρία ανοικτή σε όλους, χωρίς διακρίσεις ή όρια εισοδήματος, με χαμηλό κόστος αρχικής επένδυσης και δυνατότητα για τους νέους διανομείς να υπερβούν τις αποδοχές του ατόμου που τους εισήγαγε στην επιχείρηση (ανάδοχος) ανάλογα με τις ικανότητες, το χρόνο και τις προσπάθειες που ήταν πρόθυμοι να επενδύσουν στην επιχείρησή τους.

Η Amway ξεκίνησε με την ανάπτυξη και πώληση της δικής της σειράς προϊόντων υψηλής ποιότητας, ιδιαίτερα συμπυκνωμένων, για την οικιακή φροντίδα. Το πρώτο προϊόν της επιχείρησης ήταν το Καθαριστικό Πολλαπλών Χρήσεων. Ήταν ένα "οργανικό" προϊόν πολύ πριν γίνουν τα προϊόντα σαν κι αυτό επικρατούσα τάση.

Δεκαετία 60

Οι πωλήσεις της Amway έφθασαν τον πρώτο χρόνο το εντυπωσιακό ποσό των 500.000 δολαρίων. Το 1962 οι DeVos και Van Andel αποφάσισαν να επεκταθούν στον Καναδά, ενώ η επιχείρηση συνέχιζε να αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η Amway πρόσθεσε περισσότερα προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των Απορρυπαντικό Πλυντηρίου που διατέθηκε το 1961 και τα Μαγειρικά Σκεύη QUEEN™ AMWAY. Η σειρά Προσωπικής Περιποίησης περιελάμβανε, γυναικεία αρώματα, προϊόντα περιποίησης και τα **καλλυντικά**. Επίσης συμπεριλήφθηκε ένας προσωπικός κατάλογος αγορών με 300 προϊόντα άλλων επωνυμιών.

Στο τέλος της δεκαετίας η Amway των ΗΠΑ και Καναδά είχαν ένα δίκτυο 100.000 διανομέων και ο κύκλος εργασιών έφτανε τα 85 εκατομμύρια δολάρια. Στην **ADA**

του Μίσιγκαν κατασκευάζονταν περίπου 200 προϊόντα Amway και απασχολούνταν περισσότερα από 700 άτομα.

Δεκαετία 70

Τη δεκαετία του '70 η Amway επεκτάθηκε στην Αυστραλία, την Ευρώπη και την Ασία.

Με την απόκτηση του απαραίτητου ποσοστού μετοχών εξασφαλίστηκε ο έλεγχος της επιχείρησης Nutrilite Products Inc. που επέτρεψε στους Ιδιοκτήτες επιχείρησης της Amway στις Ηνωμένες Πολιτείες να διανείμουν ολόκληρη την σειρά των **Συμπληρωμάτων Διατροφής NUTRILITE™**.

Οι εγκαταστάσεις παραγωγής της Amway συνέχισαν να αυξάνονται ώσπου έγιναν μια ανεξάρτητη πόλη που έχει έκταση μεγαλύτερη από 232.000 τετραγωνικά μέτρα, με δική της ηλεκτροδότηση, εγκαταστάσεις επεξεργασίας νερού, δυνατότητα ανακύκλωσης, λεωφορεία μεταφοράς και πυροσβεστική υπηρεσία.. Οι εγκαταστάσεις της Amway σε όλο τον κόσμο υπολογίζονται 418.000 τετραγωνικά μέτρα.

Στο τέλος της δεκαετίας, οι πωλήσεις της Amway αυξήθηκαν σχεδόν στο επταπλάσιο και ανήλθαν στο εντυπωσιακό ποσό των 800 εκατομμυρίων δολαρίων.

Δεκαετία 80

Με γρήγορους ρυθμούς, οι πωλήσεις της Amway το 1981, πέρασαν το ένα δισεκατομμύριο δολάρια. Οι νέες εγκαταστάσεις καλλυντικών ολοκληρώθηκαν το πρώτο μισό της δεκαετίας του '80 επιτρέποντας την ανάπτυξη και κατασκευή των **προϊόντων ARTISTRY** στις εγκαταστάσεις τις στη ADA, του Μίσιγκαν.

Επίσης η Amway λειτούργησε πρωτοποριακά με επιτυχία δημιουργώντας μια νέα κατηγορία προϊόντος, του **Συστήματος Επεξεργασίας Νερού AMWAY** Στην πραγματικότητα, αυτή η σειρά προϊόντων συνεχίζει να κατέχει και σήμερα κορυφαία θέση στην αγορά.

Το 1989, η Amway αναγνωρίστηκε ως ηγετική εταιρεία στην προώθηση της περιβαλλοντικής συνειδητοποίησης και εκπαίδευσης, λαμβάνοντας το Βραβείο Επιτευγμάτων Περιβαλλοντικών Προγραμμάτων των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Environmental Program Achievement Award).

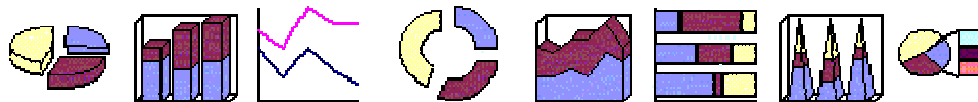
Δεκαετία 90

Ακολουθώντας τα βήματα των πατέρων τους, οι γιοι Jay και Rich πέτυχαν ως Διευθυντής και αντίστοιχα Πρόεδρος της Amway μοιραζόμενοι το γραφείο του Διευθύνοντος Συμβούλου για την διαχείριση των καθημερινών υποθέσεων της Amway.

Ταυτόχρονα άρχισε να αναδύεται η νέα γενιά ηγετών μέσα από τις οικογένειες των διανομέων, που έχτισαν τις επιχειρήσεις τους συνεχίζοντας τις επιτυχίες των γονιών τους.

Τη δεκαετία του '90 παρουσιάστηκε έντονη διεθνής επέκταση. Μόλις στο πρώτο μισό της δεκαετίας, η Amway διπλασίασε τον αριθμό των θυγατρικών της διεθνώς. Οι ετήσιες πωλήσεις κράτησαν ένα ρυθμό τριπλασιασμού. Στο τέλος της δεκαετίας, περισσότεροι από τρία εκατομμύρια διανομείς σε περίπου 80 χώρες και περιοχές σε όλο το κόσμο συνεργάστηκαν με την επιχείρηση Amway, φθάνοντας κατ' εκτίμηση τα 5 δισεκατομμύρια δολάρια σε όγκο λιανικών πωλήσεων.

Οι θυγατρικές της Amway σε όλο τον κόσμο, παρέχοντας συνεχή υποστήριξη στους διανομείς τους, προωθούν τη λύση του ηλεκτρονικού εμπορίου που επεκτείνει την **επιχειρηματική ευκαιρία της Amway** στον κυβερνοχώρο. Οι διαδικτυακές επιχειρήσεις της Amway σε όλο τον κόσμο, υποστηρίζονται από το τοπικό δίκτυο διανομής και εγκατάστασης, που εγγυούνται την έγκαιρη και ακριβή επεξεργασία των παραγγελιών και της παράδοσης των προϊόντων.

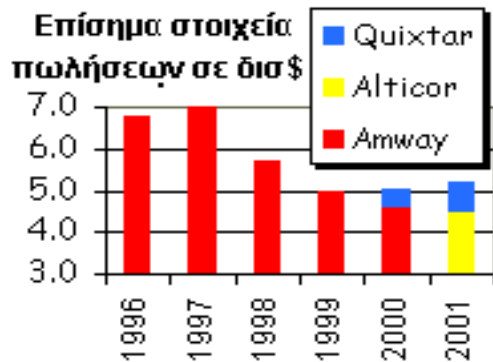


2.2 Ανάλυση της επιχείρησης Amway

Αναζητάτε πληροφορίες για την Amway; Καλώς ήλθατε! Εξετάζοντας την δυνατότητα να κερδίζετε κάποια χρήματα, θα θέλετε να επενδύσετε λίγο χρόνο για να καταλάβετε την επιχείρηση. Στην παρούσα σελίδα παρουσιάζονται αναλύσεις και ρεαλιστικές εκτιμήσεις του επιχειρηματικού μοντέλου της Amway, που θα σας οδηγήσουν σε "έξυπνες" ερωτήσεις και ώριμες αποφάσεις.

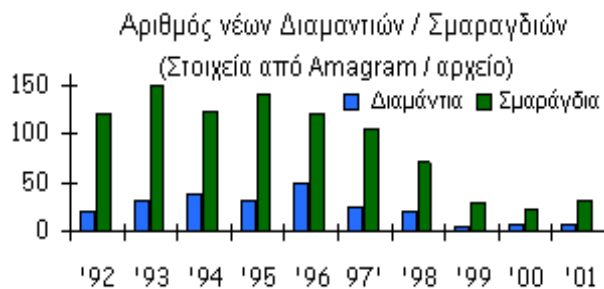
Πριν ξεκινήσετε κάποια επιχείρηση, απαιτείται μια επιχειρηματική προμελέτη. Σημειώστε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Εάν σας υπόσχεται εξοικονόμηση χρημάτων στην αγορά προϊόντων, εξετάστε τις τιμές και δοκιμάστε τα προϊόντα. Μελετήστε όρους, κανονισμούς και τρόπους πληρωμής προμηθειών. Υπολογίστε της πραγματικές αμοιβές που θα κερδίζατε εσείς και οι φίλοι σας, επενδύοντας τον χρόνο σας. Ενημερωθείτε για της ποικίλες οργανώσεις υποστήριξης και τους τρόπους λειτουργίας τους. Μελετήστε την επιχείρηση. Δεν θα ρισκάρετε μόνο δικό σας χρόνο και χρήμα, αλλά και εκείνων των φίλων στους οποίους θα προτείνετε την επιχείρηση Amway. Για ποίον λόγο να διακινδυνεύετε την υπόληψή σας εξαιτίας μιας ανεπαρκής προμελέτης;

Αποτελέσματα της επιχείρησης Amway



Η Amway είναι μια επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ και ανήκει στην Alticor Corporation, με έδρα στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Λόγο της κακής φήμης που είχε πια αποκτήσει στις ΗΠΑ, η Amway της βόρειας Αμερικής μετονομάστηκε σε Quixtar. Ο μεγαλύτερος όγκος διεθνών πωλήσεων επιτευχθεί στο 1997. Από τότε οι συνολικές πωλήσεις μειώθηκαν κατά περίπου 28%. □νοδος υπήρχε στις (νέες) αγορές της Κορέας και της Κίνας, ενώ η αγορά της βόρειας Αμερικής κατηφορίζει με γρήγορους ρυθμούς.

Η Amway είναι μια επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ και ανήκει στην Alticor Corporation, με έδρα στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Λόγο της κακής φήμης που είχε πια αποκτήσει στις ΗΠΑ, η Amway της βόρειας Αμερικής μετονομάστηκε σε Quixtar. Ο μεγαλύτερος όγκος διεθνών πωλήσεων επιτευχθεί στο 1997. Από τότε οι συνολικές πωλήσεις μειώθηκαν κατά περίπου 28%. □νοδος υπήρχε στις (νέες) αγορές της Κορέας και της Κίνας, ενώ η αγορά της βόρειας Αμερικής κατηφορίζει με γρήγορους ρυθμούς.



Η Amway δυστυχώς δημοσιεύει πολύ λίγα στοιχεία που θα διευκόλυναν την περαιτέρω εξερεύνηση της επιχειρηματικής πρότασης. Όμως, αξιολογώντας την πορεία των πωλήσεων στην δική σας χώρα, θα κατανοήσετε το επίπεδο αποδοχής της επιχείρησης στην τοπική αγορά. Εξετάστε και τους αριθμούς νέο-ανερχόμενων κορυφαίων Διανομέων στην χώρα σας, ως ένδειξη αύξουσας ή φθίνουσας δημοτικότητας της επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Ανάλυση της επιχείρησης

Η Amway πληρώνει στους ανεξάρτητους Διανομείς προμήθειες για την πώληση προϊόντων. Ένας ανεξάρτητος Διανομέας μπορεί να εισάγει νέους Διανομείς στην επιχείρηση και να κερδίζει σε συνδυασμό με της πωλήσεις της δικής του ομάδας μεγαλύτερα ποσοστά προμήθειας.

Με σκοπό την μαζική προσέλκυση Διανομέων, πολλές ομάδες στις ΗΠΑ διδάσκουν στους υποψήφιους να αλλάξουν αγοραστικές συνήθειες και να προμηθεύονται σε

μηνιαία βάση προϊόντα αξίας 200 - 250\$ από την προσωπική τους επιχείρηση (μοντέλο των 100 PV, "ψώνισε από τον εαυτό σου"). Συνήθως οι Διανομείς πληρώνουν περισσότερα χρήματα για κασέτες και σεμινάρια κάποιας οργάνωσης υποκίνησης, από όσα κερδίζουν από της προσωπικές τους πωλήσεις. Επίσης δεν είναι ασυνήθιστο να ξοδεύουν κάποιοι Διανομείς περισσότερα χρήματα για κασέτες, σεμινάρια και άλλες δαπάνες, από όσα πετυχαίνουν στις προσωπικές τους πωλήσεις.

Οι Διανομείς της βόρειας Αμερικής έλαβαν κατά μέσο όρο 28% προμήθεια επί της (χοντρικής) αξίας των πωλήσεων. Ο κάθε Διανομέας που ψωνίζει για 200\$ μηνιαίως, παράγει ετήσιο δικαίωμα προμήθειας μόλις 675\$, παρά πιθανών ετήσιων εξόδων των 2.000\$ κι άνω. Ο συνολικός όγκος πωλήσεων εκατόν τέτοιων "επιχειρήσεων των μηνιαίως 200\$" θα απέδιδε σε ετήσια βάση δικαιώματα προμήθειας περίπου 67.500\$. Αυτά αναλογούν στον συνολικό όγκο πωλήσεων της ομάδας ενός "πλατινένιου" Διανομέα. Εφόσον θα πληρωθεί η γραμμή αναδοχής, στην ομάδα παραμένει το ποσό των 48.500\$

Εάν μόνο το 10% των 100 Διανομέων της εν λόγω "πλατινένιας" ομάδας θα προωθούσε ενεργά την επιχείρηση, ξοδεύοντας συμβατικά σε μέσο όρο 2.000\$ ετησίως για κασέτες, σεμινάρια και λοιπές δαπάνες, ο κάθε ενεργός Διανομέας θα είχε ένα μέσο κέρδος από προμήθειες των μόλις 2.850\$ ετησίως: $10 \times (2.000\$ + 2.850\$) = 48.500\$$. Αυτό φυσικά προϋποθέτει ότι, το υπόλοιπο 90% των διανομέων της ομάδας δεν κερδίζει τίποτα.

Εάν αυτοί οι ενεργοί Διανομείς είναι παντρεμένα ζευγάρια και ασχολούνται εβδομαδιαίως 7 ώρες με την επιχείρησή, τότε η αμοιβή τους φτάνει στα μόλις 4\$ / ώρα εργασίας, ενώ ο κατώτατος νόμιμος μισθός στις ΗΠΑ βρίσκεται άνω των 5\$ / εργατώρα. Η κύρια αιτία για της χαμηλές αμοιβές της πλειοψηφίας των Διανομέων είναι η μικρή διακίνηση προϊόντων του μοντέλο των 100 PV. Το μέσο εισόδημα Διανομέα ανεβαίνει μόνο με την άνοδο προσωπικών πωλήσεων και όχι με την εισαγωγή περισσότερων Διανομέων.

Εάν θέλετε να βοηθήσετε τους φίλους σας να κερδίσουν στην επιχείρηση Amway 20\$ ανά ώρα εργασίας, τότε ο καθένας θα πρέπει να πωλήσει προϊόντα χοντρικής αξίας 100\$ ανά ώρα. Έτσι θα παραχθούν στην εν λόγω "πλατινένια" ομάδα οι προμήθειες που απαιτούνται για ένα μέσο εισόδημα 20\$ ανά ώρα και Διανομέα. Αντίθετα, το μοντέλο του πλάνο πωλήσεων των 200\$ τύπου "αγόρασε από τον εαυτό σου", με 8 ώρες εργασίας ανά εβδομάδα, αποδίδει στους Διανομείς προμήθειες μόνο των 1,70\$ / ώρα. Εάν οι Διανομείς κάτω από τον "πλατινένιο" επιθυμούν να πετύχουν με 8 ώρες εβδομαδιαίας εργασίας τουλάχιστον το μικτό εισόδημα ενός υπαλλήλου των McDonalds, τότε ο κάθε Διανομέας της ομάδας θα πρέπει να πωλήσει κάθε μήνα προϊόντα χοντρικής αξίας 1.000\$, για να παραχθεί ο απαιτούμενος όγκος προμηθειών.

Amway - ο καλύτερος τρόπος προώθησης προϊόντων;

Υπολογίζοντας κάποια νούμερα, το μοντέλο των 200\$ δείχνει φοβερά αναποτελεσματικό στον τομέα της προώθησης προϊόντων και αποδίδει ελάχιστα στους περισσότερους συμμετέχοντες. Με τα δεδομένα της ανεπαρκούς διακίνησης προϊόντων και των σχετικά υψηλών εξόδων, εκατοντάδες διανομείς θα εργαστούν για πολύ λίγα χρήματα.

Οι παίκτες μιας λοταρία αποδέχονται μηδαμινές πιθανότητες και συνεπώς την απώλεια μικρών ποσών, με αντάλλαγμα την αόριστη ελπίδα σε μεγάλο κέρδος. Οι λοταρίες εκμεταλλεύονται την διάθεση των παικτών να αγνοούν της δυσμενές προοπτικές. Έτσι στις λοταρίες συσσωρεύονται οι μικρές απώλειες της μάζας των παικτών, ώστε ένας ή δυο από αυτούς να αποκτήσουν μεγάλο κέρδος. Με το ίδιο σκεπτικό προωθούν επιχειρήσεις δικτυακού μάρκετινγκ, όπως και η Alticor, πλάνα πληρωμών του τύπου "οικονομικού μοχλού", βασιζόμενα στο γεγονός ότι, κάποιοι άνθρωποι θα εργαστούν ως ανεξάρτητοι συμβαλλόμενοι για υποτυπώδες αμοιβές, με αντάλλαγμα την αόριστη πιθανότητα για ένα μεγάλο εισόδημα από "δικαιώματα".

Η Alticor κερδίζει φυσικά από την υποστήριξη τέτοιου είδους πλάνου και εξασφαλίζει έναν μεγάλο αριθμό συμβεβλημένων Διανομέων ως απολύτως

καλύτερους πελάτες. Λόγο του χαμηλού όγκου πωλήσεων των Διανομέων, η Alticor Corporation ποτέ θα μπορούσε να πληρώσει στους Διανομείς κάποιο έστω ελάχιστο μισθό για τον αναποτελεσματικό τρόπο προώθησης των προϊόντων της επιχείρησης. Προωθώντας το μοντέλο "αγόρασε από τον εαυτό σου", οι Διανομείς ανταλλάσσουν συνειδητά τον χρόνο τους με πολύ χαμηλές αποδοχές και την συμμετοχή στο πυραμίδικό σχήμα.

Δεν υπάρχει μαγεία στο πλάνο πληρωμών της Amway. Πρόκειται για σύστημα "μεγάλου οικονομικού μοχλού" που αποδίδει σχεδόν τίποτα στην βάση, συσσωρεύοντας κεφάλαια για την αποπληρωμή της γραμμής αναδοχής. Συμβατικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να εφαρμόζουν την ίδια στρατηγική για το προσωπικό τους, επειδή υπάγονται σε νομοθεσίες περί ελάχιστων εργατικών αμοιβών.

Για τους Διανομείς που απλά ψωνίζουν από την προσωπική τους επιχείρηση, η Amway σημαίνει τίποτα περισσότερο από ένα σύστημα πυραμίδας που χρηματοδοτείται κατά μέρος μέσω δαπανηρών προϊόντων.

Νέοι Διανομείς θα καταλάβουν γρήγορα ότι, δίχως προσωπικές πωλήσεις προϊόντων, οι προμήθειά τους θα είναι πολύ μικρή. Πολλές οργανώσεις υποκίνησης διδάσκουν στους ανθρώπους, να μη εμπλέκονται στις πωλήσεις αλλά να ψωνίσουν απλά περισσότερο για τον εαυτό τους για να ανεβούν οι πωλήσεις. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε επειδή πιστεύουν πως η πώληση δεν μπορεί να αντιγραφεί, είτε επειδή οι τιμές των προϊόντων δεν είναι αρκετά ανταγωνιστικές ώστε η προσπάθεια μεταπώλησης να αξίζει τον απαιτούμενο χρόνο. Εφόσον οι τελικοί πελάτες δεν αγοράζουν περισσότερα κερδοφόρες κασέτες και εισιτήρια σεμιναρίων, για τα "Διαμάντια" και "Σμαράγδια" είναι πιο επικερδής να πιέζουν για νέες εγγραφές Διανομέων, αντί να κερδίσουν τελικούς πελάτες. [Πολυάριθμες δικαστικές υποθέσεις](#) που αφορούν στο "εμπόριο κασετών και σεμιναρίων" αποδεικνύουν επαρκώς ότι, ο πολυτελής και σπάταλος τρόπος ζωής πολλών Διαμαντιών βασίζεται στα κέρδη από κασέτες και σεμινάρια.

Ποία είναι η πραγματική επιχείρηση;

Οι Διανομείς αποκτούν δίχως αμφιβολία πολύτιμες διαπροσωπικές ικανότητες και αναπτύσσονται προσωπικά. Πολλοί αγαπούν τον συνειρμό με άτομα της ίδιας θετικής νοοτροπίας. Προσωπικά πιστεύω ότι, η επιχείρηση έχει συγκρατηθεί για περισσότερα από 40 χρόνια βάσει της εκπαίδευσης, έμπνευσης και ελπίδας που παρέχει το σύστημα ενθάρρυνσης στο συνεχώς ανανεωμένο σώμα των Διανομέων, και όχι βάσει ανώτερων επιχειρηματικών αρχών. Μερικοί άνθρωποι πιστεύουν πως πρόκειται πραγματικά για μια "επιχειρηματική θρησκεία".

Το πραγματικό επιχειρηματικό αντικείμενο είναι η πώληση κινήτρων, ελπίδας και αυτο-βελτίωσης, όχι η αποτελεσματική προώθηση προϊόντων. Για πολλούς η επιχείρηση Amway αποτελεί απλά ένα πρόσχημα για την στρατολόγηση πελατών μιας πιο κερδοφόρας ιδιόκτητης επιχείρησης πωλήσεων κασετών και σεμιναρίων. □λλοι διανομείς χρησιμοποιούν την επιχείρηση ως ευκαιρία επέκτασης του Χριστιανισμού. Τα περισσότερα "Διαμάντια" δεν θα μπορούσαν να καλύπτουν τα βαριά έξοδα προώθησης της επιχείρησης, δίχως τα σημαντικά έσοδα από το δικό τους "σύστημα υποστήριξης". Διαμαντένιοι Διανομείς δεν θα μπορούσαν να χρηματοδοτήσουν τον σπάταλο τρόπο ζωής τους, εάν δεν είχαν τα κέρδη από μαζικές πωλήσεις κασετών και σεμιναρίων. Ο σμαραγδένιος διανομέας [Jeff Probst \(English\)](#) δημοσιεύει τα περί κερδών από κασέτες και σεμινάρια στην προσωπική του ιστοσελίδα.

Διεκπεραιώστε την δική σας έρευνα

Κάντε πολλές ερωτήσεις και αξιολογήστε της απαντήσεις. Εάν οι απαντήσεις ακούγονται απίστευτα αισιόδοξα, επαληθεύστε της πληροφορίες επικοινωνώντας με την Amway στην χώρα σας.

Κάθε χρόνο παραιτούνται σχεδόν το 50% των Διανομέων. Αυτό δείχνει ότι, προτού οι ενδιαφερόμενοι υπογράψαν το συμβόλαιο, δεν είχαν όλες της απαραίτητες πληροφορίες που απαιτούνται για μια ώριμη απόφαση. Πολλοί εισέπρατταν απατηλές και υπερβολικές υποσχέσεις. Πολλοί παραιτήθηκαν επειδή ένιωθαν πως "πιάστηκαν κορόιδο". Πολλοί είχαν λανθασμένες εντυπώσεις για κόστος προϊόντων, κανονισμούς, επίπεδα εισοδήματος ή για χρόνο και χρήμα που απαιτεί μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Υπάρχουν άτομα που αγαπούν την επιχείρηση. Υπάρχουν όμως επίσης πολλαπλά περισσότεροι άνθρωποι που παραιτήθηκαν για τον έναν ή άλλον λόγο. Για αυτούς δεν αρκούσαν ούτε η ποιότητα προϊόντων, ούτε οι τιμές τους, για να παραμένουν τουλάχιστον ως πελάτες και καταναλωτές στην επιχείρηση.

Τελικά θα υπάρχουν δυο ομάδες ανθρώπων στην επιχείρηση που θα κερδίζουν καλά λεφτά. Στην μια ομάδα ανήκουν εκείνοι που αναπαράγουν μεγάλες επιχειρήσεις μεταπώλησης προϊόντων. Στην άλλοι ομάδα βρίσκονται οι λίγοι επιδέξιοι ομιλητές που μπορούν να φέρουν πιο γρήγορα νέους διανομείς στην επιχείρηση από όσο παραιτούνται οι παλιοί. Αυτοί θα είναι οι λίγοι που θα κερδίζουν χρήματα, κυρίως πωλώντας δικές τους κασέτες και δικά τους σεμινάρια σε άλλους διανομείς.



Ανάπτυξη Επιχείρησης

Έχετε στα χέρια σας μια μοναδική ευκαιρία από τον Ανάδοχο σας στην Amway - ή τον Άνωθεν ABO σας - για να δημιουργήσετε και να διευθύνετε μια αποκλειστικά δική σας επιχείρηση. Θα έχετε τον πλήρη έλεγχο της επιχείρησής σας. Θα έχετε την υποστήριξη πεπειραμένων Αναδόχων από τη Γραμμή Αναδοχής σας και θα συνδεθείτε επίσης με τους πόρους που διαθέτει η Amway Hellas.

Η Επιχείρησή σας Amway μπορεί να αναπτυχθεί και να μεγαλώσει ανάλογα με τις φιλοδοξίες σας, κάτι που εξαρτάται από το χρόνο και την προσπάθεια που επενδύετε. Οτιδήποτε ταιριάζει καλύτερα με τις οικονομικές σας ανάγκες, τον τρόπο ζωής και τα σχέδια σας για το μέλλον, μπορεί να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για το πως θα αναπτυχθεί η Επιχείρησή σας Amway.

Δεν απαιτούνται ιδιαίτερα προσόντα για να ξεκινήσετε και να λειτουργήσετε την Επιχείρησή σας Amway. Ότι χρειάζεστε είναι η δέσμευση να εκτελείτε βήμα-βήμα τους στόχους σας, σύμφωνα με αυτόν τον Επιχειρηματικό Οδηγό της Amway. Το

μοναδικό Πλάνο Ανεξάρτητης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας της Amway θα σας βοηθήσει να χτίσετε την επιχείρησή σας.



Χωρίς τους ανθρώπους, η επιχείρηση δεν μπορεί να αναπτυχθεί. Γι αυτό είναι πολύ σημαντικό να έχετε πού καλές σχέσεις με τους άλλους.

Μια επιτυχημένη Επιχείρηση Amway θεμελιώνεται σε μια σωστή ισορροπία μεταξύ της πώλησης προϊόντων και της ανάπτυξης άλλων ατόμων για να γίνουν ABO, οι οποίοι με τη σειρά τους θα αναπτύξουν τη δική τους βάση πελατών. Επομένως, πρέπει να χτίσετε μια στέρεη βάση καταναλωτών – ή Πελατών – ενώ ταυτόχρονα θα υποστηρίζετε νέους ABO να ξεκινήσουν τις επιχειρήσεις τους. Για να το επιτύχετε αυτό, ίσως σας φανεί χρήσιμο να συντάξετε έναν κατάλογο ανθρώπων που γνωρίζετε και να τους κατατάξετε σε δύο ομάδες:

1. Όσους ενδιαφέρονται μόνο να χρησιμοποιούν προϊόντα Amway.

2. Όσους ενδιαφέρονται για την Επιχειρηματική Ευκαιρία Amway.

Αρχίστε τη συγκρότηση του καταλόγου σας με άτομα της οικογένειάς σας και φίλους. Μην αποκλείετε κανέναν επειδή νομίζετε ότι δεν θα ενδιαφέρεται. Αφήστε τους να αποφασίσουν, εφόσον τους έχετε κάνει μια λεπτομερή παρουσίαση του Πλάνου Ανεξάρτητης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Amway και τους έχετε δείξει τι έχετε να τους προσφέρετε. Εντούτοις, βεβαιωθείτε ότι δεν εκμεταλλεύεστε τις προσωπικές σας σχέσεις, ασκώντας αδικαιολόγητη πίεση στην οικογένεια και τους φίλους για να αγοράσουν προϊόντα Amway ή να συμμετέχουν στην Επιχειρηματική Ευκαιρία Amway.



Οι παρακάτω ιδέες μπορεί να σας βοηθήσουν στην συγκρότηση του καταλόγου σας:

1. Οικογένεια και Φίλοι
2. Γείτονες
3. Φίλοι από το σχολείο
4. Γνωστοί από επιχειρηματικές συνεντεύξεις
5. Επαγγελματικές γνωριμίες (γιατρός, οδοντίατρος, κ.λπ.)
6. Συνάδελφοι

Αφού καταρτίσετε τον κατάλόγό σας, πρέπει να έχετε προσωπική επαφή με όλους τους ανθρώπους που προσδιορίσατε. Η πρώτη ομάδα αποτελείται από τους πελάτες σας, που προσανατολίζονται προς την αγορά προϊόντων. Αυτά τα άτομα θα πρέπει να ενημερώνονται αναλυτικά και τακτικά για τα διαθέσιμα προϊόντα από την Amway. Σε τακτικά διαστήματα πρέπει να τους κάνετε επιδείξεις με τα νέα προϊόντα και να τους ενθαρρύνετε να τα αγοράζουν όποτε χρειάζεται.

Στη δεύτερη ομάδα, θα υπάρξουν άτομα που μπορούν να θελήσουν να γίνουν επίσης ABO, δηλαδή ενεργά άτομα που ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Σημαντικό!

Εάν είστε υπάλληλος κάποιας άλλης εταιρείας, δεν πρέπει να συμμετέχετε σε δραστηριότητες της Επιχείρησης Amway, κατά τη διάρκεια του ωραρίου σας. Πρέπει να αποφύγετε αυτή την πρόσκληση. Αυτή η κατάσταση θα μπορούσε να έχει αρνητική επίδραση στη σχέση με τον εργοδότη σας. Εντέλει, θα μπορούσε να οδηγήσει σε μια αρνητική αντίληψη για την Επιχειρηματική Ευκαιρία Amway και να έχει επίσης αντίκτυπο και σε άλλους ABO. Θα μπορούσε επίσης να βλάψει τη δική σας καλή υπόληψη.

Πρέπει, πάντα, να κρατάτε την ανάπτυξη της Επιχείρησης Σας Amway ξεχωριστά από την απασχόλησή σας και οποιαδήποτε άλλα επαγγελματικά ενδιαφέροντα μπορεί να έχετε.



2.3 Πλάνο Ανεξάρτητης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Amway

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η επιτυχία της Επιχείρησής Σας Amway βασίζεται σε δύο ειδών δραστηριότητες:

- Την προώθηση υψηλής ποιότητας προϊόντων Amway στους πελάτες σας, και
- Την προσφορά της Επιχειρηματικής Ευκαιρίας Amway σε άλλους, οι οποίοι, όπως κι εσείς, θέλουν να κερδίσουν πρόσθετο εισόδημα με την πώληση προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Το Πλάνο Ανεξάρτητης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας της Amway βασίζεται στην ισορροπία μεταξύ της άμεσης πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες και την εισαγωγή νέων ABO, που θα δώσει ώθηση και θα μεγαλώσει την Επιχείρησή σας.

Οι ABO μπορούν να κερδίσουν εισόδημα με τρεις τρόπους:

1. **Κέρδος λιανικών πωλήσεων:** η τιμή που πληρώνουν οι ABO για τα περισσότερα προϊόντα Amway αφήνει ένα περιθώριο κέρδους περίπου 30%, όταν τα προϊόντα πωλούνται στην προτεινόμενη τιμή λιανικής. Φυσικά, όπως κάθε πωλητής, είστε ελεύθεροι να καθορίσετε το περιθώριο κέρδους που επιθυμείτε, μεταξύ της τιμής που πληρώνετε εσείς και της λιανικής τιμής που σας προτείνουμε.
2. Η Amway αμείβει τους ABO με αμοιβές απόδοσης, βάσει του όγκου των πωλήσεων που πραγματοποιούν στους πελάτες τους.
3. Οι ABO μπορεί επίσης να λάβουν επιπλέον αμοιβές, βάσει του όγκου των πωλήσεων που πραγματοποιούν άλλοι, οι οποίοι έχουν εισαχθεί στην Amway. Αυτοί αναφέρονται σαν 'ABO κάτωθεν'. Η καταβολή αυτών των πρόσθετων αμοιβών δεν επηρεάζει τις αμοιβές που καταβάλλονται στους 'ABO κάτωθεν'.

Χτίζοντας Σχέσεις με τους Πελάτες Σας

Συνιστάται να μην ξεκινάτε αμέσως μια παρουσίαση, συζητώντας άμεσα για πωλήσεις, αλλά να αρχίστε με μια ανάλαφρη γενικότερη συνομιλία. Μην υποτιμάτε ποτέ τη σημασία αυτής της αρχικής φάσης της παρουσίασης και της προσωπικής συνάντησής σας.

Προσπαθήστε να χτιστεί μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ εσάς και του πελάτη σας.

Κερδίστε την Προσοχή του Πελάτη

Το πρώτο στάδιο μιας επιτυχημένης συζήτησης για την πώληση είναι να κερδίσετε την προσοχή του πελάτη σας. Οι πρώτες σας κουβέντες θα πρέπει να μαγνητίσουν. Το να χρησιμοποιήσετε παραδείγματα από την πρακτική σας εμπειρία είναι περισσότερο πειστικό και ρεαλιστικό. Σκεφτείτε τον εαυτό σας και πως ένας πωλητής θα μπορούσε να προσελκύσει την προσοχή σας. Ποιες θα ήταν οι λέξεις και ο τόνος της φωνής που θα σας άρεσε; Σκεφτείτε καλά και πράξτε αναλόγως προς όφελος της παρουσιάσής σας. Εάν μπορείτε να ξυπνήσετε το ενδιαφέρον του πελάτη σας για τα

προϊόντα σας, τότε έχετε ήδη διανύσει τη μισή απόσταση για μια επιτυχημένη πώληση.

Διατηρήστε το Ενδιαφέρον του Πελάτη

Έχετε κερδίσει το ενδιαφέρον του πελάτη σας και τον έχετε ενθαρρύνει να σας ακούσει. Τώρα πρέπει να διατηρήσετε ζωντανό το ενδιαφέρον του. Παραθέτοντας γεγονότα, στατιστικές και μαρτυρίες άλλων ικανοποιημένων πελατών, μπορείτε να εστιάσετε την προσοχή τους εκεί όπου θέλετε, δηλαδή στο προϊόν σας.

Πρέπει να δώσετε έμφαση στη χρησιμότητα, τα χαρακτηριστικά και τα οφέλη, την πολλαπλότητα χρήσεων και τις μοναδικές ιδιότητες των προϊόντων που παρουσιάζετε. Εάν μπορείτε να κάνετε μια πραγματική επίδειξη του προϊόντος, τότε κάντε την. Εάν είναι δυνατόν, δώστε το προϊόν στα χέρια του πελάτη σας και αφήστε τον να δοκιμάσει ο ίδιος. Τα δυνατά σημεία πώλησης είναι ακόμα αποτελεσματικότερα όταν τα συνδυάσετε με μια οπτική παρουσίαση.

Πώς θα Παρακινήσετε τον Πελάτη να Αγοράσει

Όταν ο πελάτης είναι έτοιμος να παραγγείλει, θα γνέψει χαρακτηριστικά με το κεφάλι του, θα κάνει θετικά σχόλια, ή θα γείρει προς τα εμπρός στο κάθισμά του. Αυτές οι κινήσεις είναι ενδείξεις ότι μπορείτε να προχωρήσετε και να πάρετε την παραγγελία σας, απευθύνοντάς του την ερώτηση ποια προϊόντα θα ήθελε να παραγγείλει.

Κατά τη διάρκεια της παρουσίασης προωθήστε, χωρίς πίεση, μια σειρά "Θετικών" απαντήσεων, στη συνέχεια θα οδηγήσουν στο αποφασιστικό "Ναι" την ώρα που θα παίρνετε την παραγγελία. αρκετά εύκολο να τεθούν αυτά τα ερωτήματα.

Παραθέτουμε μερικά παραδείγματα:

- Σας άρεσε η παρουσίαση προϊόντων;
- Θεωρείτε σημαντικό πράγμα την ποιότητα των προϊόντων;
- Δεν παίζει σημαντικό ρόλο η αξία των χρημάτων σας;
- Αυτό το προϊόν ικανοποιεί τις προσδοκίες σας;

Μερικές φορές θα συναντήσετε αντιρρήσεις. Αντιμετωπίστε τις αντιρρήσεις σαν μια ευκαιρία να εξηγήσετε καλύτερα κάποια χαρακτηριστικά των προϊόντων. Και θυμηθείτε, όλα τα προϊόντα παραγωγής Amway καλύπτονται από μια Εγγύηση Ικανοποίησης Amway, την ακόλουθη:

Εγγύηση Ικανοποίησης Amway

Πιστοί στην ποιότητα των προϊόντων Amway εγγυόμαστε για την ικανοποίηση σας. Εάν δεν μείνετε απόλυτα ικανοποιημένοι, παρακαλούμε επιστρέψτε το προϊόν που αγοράσατε για να σας το αντικαταστήσουμε χωρίς χρέωση, να λάβετε πλήρη πίστωση για την αγορά ενός άλλου προϊόντος Amway, ή να λάβετε επιστροφή της πλήρους αξίας αγοράς του προϊόντος. Αυτή η Εγγύηση δεν ισχύει για προϊόντα Amway **(i)** τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για σκοπό άλλο από τη συνήθη οικιακή τους χρήση, **(ii)** τα οποία έχουν σκοπίμως καταστραφεί ή στα οποία έγινε κακή χρήση, **(iii)** τα οποία διανέμονται από την Amway και παρέχουν μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο επιστροφής, και/ή **(iv)** τα οποία καλύπτονται από άλλες γραπτές εγγυήσεις.

Κλείνοντας την Πώληση

Να μην είστε ντροπαλοί στο τελικό στάδιο της παρουσίασης. Μην διστάσετε να ζητήσετε μια παραγγελία. Εάν ο πελάτης είναι έτοιμος να αγοράσει – πουλήστε το προϊόν. Μην ξεχνάτε ότι αυτός είναι κι ο στόχος της παρουσίασης.

Εξυπηρέτηση Πελατών

Η επαγγελματική εξυπηρέτηση πελατών είναι το κλειδί στην επιτυχία σας. Πρέπει να κρατάτε τακτική επαφή με τους πελάτες σας (εβδομαδιαίως, μηνιαίως, ετησίως), ανάλογα με τα προϊόντα που καταναλώνουν.

Η εξυπηρέτηση πελατών είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της ικανοποίησης πελατών. Ένας ικανοποιημένος πελάτης θα σας παραπέμψει σε άλλους πελάτες. Η εξυπηρέτηση των πελατών είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της ικανοποίησης του πελάτη. Ένας ικανοποιημένος πελάτης θα σας προτείνει και θα σας συστήσει σε άλλους πελάτες. Η ευελιξία της Επιχειρηματικής Ευκαιρίας Amway σας προσφέρει τη δυνατότητα να εξυπηρετήσετε τους πελάτες σας τις ώρες που είναι πιο βολικές για τους ίδιους.

2.4 Διάκρισης

ΑΣΗΜΕΝΙΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ

Το επίπεδο του Ασημένιου Παραγωγού μπορεί να επιτευχθεί με ένα από τους τρεις τρόπους:

- Να συγκεντρώσετε Βαθμούς Αξιολόγησης Προσωπικής Ομάδας 10.000 (APV) σε ένα μήνα ή,
- Να γίνετε Προσωπικός ή Θετός ανάδοχος ενός 21% Κλάδου και να διατηρήσετε τουλάχιστον 4.000 Όγκο Προσωπικής Ομάδας κατά τον ίδιο μήνα ή,
- Να γίνετε Προσωπικός ή Θετός ανάδοχος 2 ή περισσότερων 21% Κλάδων σε οποιοδήποτε μήνα.

ΧΡΥΣΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ

Το επίπεδο του Χρυσού Παραγωγού απονέμεται στους ABO που έχουν επιτύχει τις προϋποθέσεις για το επίπεδο του Ασημένιου Παραγωγού για οποιουσδήποτε τρεις μήνες, όχι απαραίτητα στο οικονομικό έτος σ' ένα χρονικό διάστημα 12 συνεχόμενων μηνών. Για να αποκτήσετε εκ νέου το δικαίωμα σαν Χρυσός Παραγωγός, πρέπει να έχετε τρεις επιτυχημένους μήνες απαραιτήτως στο έτος απόδοσης.

Οι Χρυσοί Παραγωγοί λαμβάνουν:

Αμοιβές:

- Τις ίδιες όπως και οι Ασημένιοι Παραγωγοί

ΠΛΑΤΙΝΕΝΙΟΣ

Απονέμεται από την Amway στους ABO που διατηρούν το επίπεδο Ασημένιου Παραγωγού, όπως περιγράφεται ανωτέρω, για 6 μήνες, τρεις από τους οποίους πρέπει να είναι συνεχείς, μέσα σε ένα κυλιόμενο 12μηνο. Για να αποκτήσετε εκ νέου το επίπεδο του Πλατινένιου ABO, πρέπει να επιτύχετε τις προϋποθέσεις για μια περίοδο 6 μηνών μέσα στο έτος απόδοσης.

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΠΛΑΤΙΝΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Πλατινένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διατηρούν επίπεδο Ασημένιου Παραγωγού και τους 12 μήνες μέσα στο Οικονομικό Έτος. (1η Σεπτεμβρίου –31η Αυγούστου). Επιτυγχάνεται επίσης με 10 ή 11 μήνες ασημένιου παραγωγού και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας μέσα σε ένα έτος απόδοσης.

ΡΟΥΜΠΙΝΕΝΙΟΣ

Οι προϋποθέσεις επιτυχίας από τους ABO είναι να επιτύχουν 20.000 ΒΑ, Ρουμπινιού σε έναν μήνα, και συμπεριλαμβάνουν τους βαθμούς των μη επιτυχημένων στο 21% επίπεδο Ασημένιων και Χρυσών Παραγωγών, αλλά όχι των μη Επιτυχημένων Πλατινένιων. Η Αμοιβή Ρουμπινιού καταβάλλεται μηνιαίως ανεξαρτήτως επιτυχίας στο επίπεδο Πλατινένιου. Η καρφίτσα και η αναγνώριση παρακρατείται έως την επίτευξη του Πλατινένιου όπου αποδίδεται ταυτόχρονα.

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΡΟΥΜΠΙΝΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Ρουμπινένιου επιτυγχάνεται από τους Πλατινένιους ABO που διατηρούν το επίπεδο του Ρουμπινένιου ABO και για τους 12 μήνες μέσα στο έτος απόδοσης.

ΜΑΡΓΑΡΙΤΑΡΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Μαργαριταρένιου επιτυγχάνεται από τους ABO, οι οποίοι έχουν τρεις επιτυχημένους κλάδους σε επίπεδο αμοιβών Απόδοσης 21% μέσα σ' ένα μήνα. Η αμοιβή Μαργαριταριού καταβάλλεται μηνιαίως ανεξαρτήτως επιτυχίας στο επίπεδο Πλατινένιου. Αντίθετα η καρφίτσα και η αναγνώριση κρατείται έως την επίτευξη του Πλατινένιου επιπέδου όπου και αποδίδεται ταυτόχρονα.

ΖΑΦΕΙΡΕΝΙΟΣ

Είναι το επίπεδο που επιτυγχάνεται από ABO που έχουν 6 επιτυχημένους μήνες στο Οικονομικό Έτος με 2 οποιουσδήποτε εγχώριους επιτυχημένους κλάδους Θετής ή Προσωπικής αναδοχής και τουλάχιστον 4.000 BA προσωπικής ομάδας.

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΖΑΦΕΙΡΕΝΙΟΣ

Επιτυχία στο Επίπεδο του Ζαφειρένιου ABO και για τους 12 μήνες του Οικονομικού Έτους. Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

ΣΜΑΡΑΓΔΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Σμαραγδένιου ABO, επιτυγχάνεται από τους ABO που μέσω Προσωπικής, Θετής ή Διεθνούς Αναδοχής διαθέτουν τρεις επιτυχημένους κλάδους στο επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% εκ των οποίων ο καθένας έχει 6 επιτυχημένους μήνες στο έτος απόδοσης, αλλά όχι απαραίτητως τους ίδιους έξι μήνες.

ΔΙΑΚΡΙΜΕΝΟΣ ΣΜΑΡΑΓΔΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Σμαραγδένιου επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν τρεις ή περισσότερους Κλάδους, κάθε ένας σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης. Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 μήνες επιτυχημένους και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Θετής ή Διεθνούς Αναδοχής δημιουργούν 6 κλάδους, εκ των οποίων οι

τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 6 κλάδοι να είναι στο επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21%, για 6 μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης.

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν έξι ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι έξι κλάδοι να είναι στο επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες στο ίδιο έτος απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος για να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Διαμαντένιου ABO, είναι να επιτύχετε 8 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟΣ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διευθυντικού Διαμαντένιου επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Θετής ή Διεθνούς αναδοχής, δημιουργούν 9 κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 9 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 6 μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διευθυντικού Διαμαντένιου ABO, είναι να επιτύχετε 10 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟΣ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Διευθυντικού Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν 9 ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 9 να είναι σε επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες του ίδιου έτους απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Διευθυντικού Διαμαντένιου ABO, είναι να επιτύχετε 12 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΠΛΑ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διπλά Διαμαντένιου επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Διεθνούς ή Θετής Αναδοχής διαθέτουν δώδεκα Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 12 να είναι σε επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για έξι μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης. Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διπλά Διαμαντένιου ABO, είναι να επιτύχετε 14 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΔΙΠΛΑ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Διπλά Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν δώδεκα ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 12 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες του ίδιου του έτους απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Διπλά Διαμαντένιου ABO, είναι να επιτύχετε 16 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΤΡΙΠΛΑ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Τριπλά Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Διεθνούς ή Θετής Αναδοχής διαθέτουν δεκαπέντε Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει εγχώριοι, αλλά και οι 15 να είναι σε επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για έξι μήνες στο ίδιο έτος απόδοσης. Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Τριπλά Διαμαντένιου ABO, επιτύχετε 18 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΤΡΙΠΛΑ ΔΙΑΜΑΝΤΕΝΙΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Τριπλά Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν δεκαπέντε ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 15 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες του ίδιου έτους απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Τριπλά Διαμαντένιου ABO είναι να επιτύχετε 20 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΕΣΤΕΜΜΕΝΟΣ

Το επίπεδο του Εστεμμένου Διαμαντένιου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Διεθνούς ή Θετής Αναδοχής έχουν δεκαοκτώ Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 18 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για έξι μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης. Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το Επίπεδο του Εστεμμένου είναι να επιτύχετε 22 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΕΣΤΕΜΜΕΝΟΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Εστεμμένου ABO επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν δεκαοκτώ ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 18 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες του ίδιου έτους απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Εστεμμένου είναι να επιτύχετε 25 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΕΣΤΕΜΜΕΝΟΣ ΠΡΕΣΒΕΥΤΗΣ

Το επίπεδο του Εστεμμένου Πρεσβευτή επιτυγχάνεται από τους ABO οι οποίοι μέσω Προσωπικής, Διεθνούς ή Θετής Αναδοχής έχουν είκοσι Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 20 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για έξι μήνες μέσα στο ίδιο έτος απόδοσης. Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το Επίπεδο του Εστεμμένου Πρεσβευτή είναι να επιτύχετε 27 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΕΣΤΕΜΜΕΝΟΣ ΠΡΕΣΒΕΥΤΗΣ

Το επίπεδο του Διακεκριμένου Εστεμμένου Πρεσβευτή επιτυγχάνεται από τους ABO που διαθέτουν είκοσι ή περισσότερους Κλάδους, εκ των οποίων οι τρεις πρέπει να είναι εγχώριοι, αλλά και οι 20 να είναι σε Επίπεδο Αμοιβών Απόδοσης 21% για 12 μήνες του ίδιου έτους απόδοσης.

Εναλλακτικά των 12 επιτυχημένων μηνών, ένας ή περισσότεροι κλάδοι μπορούν να έχουν 10 ή 11 επιτυχημένους μήνες και 144.000 Βαθμούς Όγκου Ισοδυναμίας.

Ένας εναλλακτικός τρόπος να επιτύχετε το επίπεδο του Διακεκριμένου Εστεμμένου Πρεσβευτή, είναι να επιτύχετε 30 βαθμούς στο Πρόγραμμα Βραβείου Ιδρυτών Εξαιρετικών Επιδόσεων (FAA).



Amway Grand Plaza Hotel

2.5 Προϊόντα

Υγεια



Τα προϊόντα NUTRILITE™ αναπτύχθηκαν με απαιτήσεις υψηλών προδιαγραφών, χρησιμοποιώντας την τελευταία λέξη της τεχνολογίας και κορυφαίο καταρτισμένο προσωπικό από το χώρο της διατροφής.



Η AMWAY σας ταξιδεύει σε αυθεντικές ιταλικές γεύσεις. Τα καλύτερα συστατικά στα ζυμαρικά, τις σάλτσες ντομάτας και το βαλσάμικο ξύδι, για να φέρουμε σε κάθε σπίτι τις νοστιμιές της ιταλικής κουζίνας.



Όταν αναζητάτε λίγες στιγμές ηρεμίας ή περισσότερη ενέργεια, ένα ζεστό ρόφημα μπορεί να είναι ότι ακριβώς χρειάζεστε. Η AMWAY προσφέρει ευρεία γκάμα ροφημάτων υψηλής ποιότητας.

Σπιτι



Ένα ολοκληρωμένο σύστημα πλυσίματος ρούχων, που παρέχει απλές λύσεις στα προβλήματα καθαριότητας των ρούχων.



Κάθε νοικοκυριό χρειάζεται τα σωστά εργαλεία καθαριότητας. Τα καθαριστικά προϊόντα L.O.C.™ χαρίζουν αστραφτερά αποτελέσματα, κάθε φορά που τα χρησιμοποιείτε.



Είτε πλένετε στο χέρι είτε στο πλυντήριο, το DISH DROPS™ Υγρό Απορρυπαντικό για τα Πιάτα είναι η πιο αποτελεσματική σύνθεση για τον καθαρισμό των πιάτων, ισορροπώντας ανάμεσα στην εξαιρετική δύναμη καθαρισμού και την απαλότητα.



Ανεξάρτητα από τον τρόπο ζωής σας, τα προϊόντα οικιακής φροντίδας Amway™ κάνουν εύκολες όλες τις δουλειές του σπιτιού.



Πλήρης σειρά προϊόντων για ένα αστραφτερό, χωρίς ίχνη φινίρισμα στο αυτοκίνητό σας.



Εξασφαλίστε τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα από τα προϊόντα Amway, χρησιμοποιώντας τα ειδικά σχεδιασμένα δοσομετρικά προϊόντα.

ΔΙΑΡΚΗ ΑΓΑΘΑ



Είτε αναζητάτε κάποια βασικά μαγειρικά σκεύη, είτε ένα πλήρες επαγγελματικό σετ, η σειρά μαγειρικών σκευών iCook διαθέτει το σετ που ανταποκρίνεται στις ανάγκες σας.



Με το Σύστημα Επεξεργασίας Νερού eSpring εσείς και η οικογένεια σας μπορείτε να απολαύσετε και να επωφεληθείτε από πόσιμο νερό πιο καθαρό, διαυγές και με καλύτερη γεύση και να είστε ήσυχοι ότι καταναλώνετε νερό που μπορείτε να εμπιστευέστε.

3.Η ιστορία της AVON

Η Avon ιδρύθηκε το 1886 στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής από τον David McConnell. Αρχικά η Εταιρία ονομαζόταν California Perfume και το 1939 μετονομάστηκε σε Avon. Σήμερα, 123 χρόνια μετά, η Avon είναι η μεγαλύτερη Εταιρία κατευθυνόμενης πώλησης στο χώρο της ομορφιάς με πάνω από 5 εκατομμύρια Αντιπροσώπους που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από 100 χώρες. Η Avon είναι μία από τις κορυφαίες μάρκες ομορφιάς στον κόσμο με περισσότερα από 300 εκατομμύρια καταναλωτές και ποσοστό αναγνωρισιμότητας που αγγίζει το 90%.

3.1 Όραμα

Ακολουθώντας το όραμά της να είναι "**Η Εταιρία για τις Γυναίκες**", η Avon κατανοεί και ικανοποιεί καλύτερα τις ανάγκες για καλλυντικά προϊόντα, άριστη εξυπηρέτηση και προσωπική ολοκλήρωση των γυναικών σε όλο τον κόσμο. Όραμα της Avon, τα 124 χρόνια ύπαρξης της εταιρίας, είναι να παρέχει στη γυναίκα την ευκαιρία κέρδους, στηρίζοντας την ευζωία και την ευτυχία της.

Η ιδιαιτερότητα της AVON έγκειται στην έννοια της άμεσης πώλησης, δηλαδή στον πρωτοποριακό τρόπο διάθεσης των προϊόντων της στο χώρο της κάθε γυναίκας τη στιγμή που εκείνη τα χρειάζεται. Σήμερα σχεδόν **6 εκατομμύρια γυναίκες σε περισσότερες από 100 χώρες** συνθέτουν το "δίκτυο Αντιπροσώπων AVON", οι οποίες μέσα από συνεχή εκπαίδευση διαθέτουν τα εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα, ικανοποιώντας τις ανάγκες κάθε γυναίκας. Οι Αντιπρόσωποί μας αποτελούν την ψυχή της Εταιρίας, διατηρώντας τη στην κορυφή όλα αυτά τα χρόνια μέσα από την προσωπική σχέση που δημιουργούν με τους πελάτες τους.

3.2 Οι αρχές που οδηγούν την Avon

Να Παρέχει στους ανθρώπους την ευκαιρία κέρδους για την ευημερία και την ευτυχία τους.

Να Εξυπηρετεί οικογένειες σε ολόκληρο τον κόσμο με προϊόντα ύψιστης ποιότητας, που καλύπτονται με την εγγύηση ικανοποίησης της Avon.

Να Προσφέρει ένα επίπεδο εξυπηρέτησης στους πελάτες το οποίο να ξεχωρίζει για την χρησιμότητα και την ευγένεια.

Να Αναγνωρίζει πλήρως τους εργαζόμενους και τις Αντιπροσώπους, στη συμβολή των οποίων στηρίζεται.

Να Μοιράζεται με άλλους ανθρώπους τους καρπούς της ανάπτυξης και της επιτυχίας.

Να Εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της εταιρικής ταυτότητας με το να συμβάλλει στην ευημερία της κοινωνίας και του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί.

Να Διατηρεί και να περιβάλλει με στοργή το φιλικό πνεύμα της Avon.
David H. McConnell, Ιδρυτής Avon

Επομένως δεν είναι τυχαίο ότι το 2009, για μία ακόμη χρονιά η AVON όχι μόνο κατέλαβε περίοπτη θέση στη λίστα με τις καλύτερες Επιχειρήσεις του κόσμου ("50 best corporate performers"), σύμφωνα με το έγκυρο οικονομικό περιοδικό *Business*

Week, αλλά **κατέκτησε τη 13η θέση.**

Το επίτευγμα αυτό γίνεται ακόμη πιο σημαντικό, όταν αναλογιστούμε ότι η AVON είναι μία Εταιρία 124 ετών και εξακολουθεί να είναι επιτυχημένη σε ένα διαρκώς πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον, αποδεικνύοντας ότι το μοντέλο της κατευθυνόμενης πώλησης παραμένει σύγχρονο, δυναμικά ελκυστικό και τελικά αποτελεί το σημαντικό ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

3.3 Η AVON στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα τα προϊόντα Avon διατίθενται ήδη από το 1988. Από το Μάρτιο του 2001 η Avon έγινε 100% θυγατρική Εταιρία της πολυεθνικής Avon Products Inc, σημειώνοντας εντυπωσιακή ανάπτυξη που της έδωσε το μεγαλύτερο μερίδιο στην ελληνική αγορά προϊόντων κατευθυνόμενης πώλησης.

Εγγύηση ικανοποίησης AVON

Η Avon διαθέτει προϊόντα υψηλής ποιότητας, σε εξαιρετική σχέση ποιότητας και τιμής που καλύπτονται από 100% Εγγύηση Ικανοποίησης. Σύμφωνα με την Εγγύηση αυτή εάν δεν είστε ικανοποιημένοι από κάποιο προϊόν Avon μπορείτε να το αλλάξετε ή να το επιστρέψετε σε διάστημα 3 Καμπανιών, συμπεριλαμβανομένης και της Καμπάνιας αγοράς του.

Εξαιρετικά προϊόντα

Τα προϊόντα Avon είναι αναμφισβήτητα υψηλής ποιότητας και συνοδεύονται από την **Εγγύηση Ικανοποίησης της Avon**. Επιπλέον είμαστε υπερήφανοι για το γεγονός ότι για την πιστοποίηση ασφάλειας κάθε προϊόντος **δε γίνονται δοκιμές στα ζώα**. Είναι

αξιοσημείωτο ότι η Avon, πρωτοπόρος στην ανεύρεση εναλλακτικών μεθόδων ελέγχου των προϊόντων, πρώτη σταμάτησε τις δοκιμές στα ζώα τον Ιούνιο του 1989.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία έχουν οδηγήσει σχεδόν **6.000.000 άτομα** παγκοσμίως να επιλέξουν να γίνουν Αντιπρόσωποί μας και περισσότερες από **300.000.000 γυναίκες** να έχουν εμπιστευτεί τα προϊόντα μας αυτά τα 123 χρόνια ύπαρξης της εταιρίας.

Τα προϊόντα Avon είναι αναμφισβήτητα υψηλής ποιότητας και συνοδεύονται από την **Εγγύηση Ικανοποίησης της Avon**. Επιπλέον είμαστε υπερήφανοι για το γεγονός ότι για την πιστοποίηση ασφάλειας κάθε προϊόντος **δε γίνονται δοκιμές στα ζώα**. Είναι αξιοσημείωτο ότι η Avon, πρωτοπόρος στην ανεύρεση εναλλακτικών μεθόδων ελέγχου των προϊόντων, πρώτη σταμάτησε τις δοκιμές στα ζώα τον Ιούνιο του 1989.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία έχουν οδηγήσει σχεδόν **6.000.000 άτομα** παγκοσμίως να επιλέξουν να γίνουν Αντιπρόσωποί μας και περισσότερες από **300.000.000 γυναίκες** να έχουν εμπιστευτεί τα προϊόντα μας αυτά τα 123 χρόνια ύπαρξης της εταιρίας.

3.4 Η AVON κάνει και διαφορές εκστρατείες όπως:



Παγκόσμια Εκστρατεία Ενάντια στον Καρκίνο του Μαστού

Η Avon, στο πλαίσιο της προσπάθειάς της να προσφέρει τη δυνατότητα βελτίωσης

της ζωής των γυναικών παγκοσμίως, έχει ιδρύσει το Avon Foundation, το Παγκόσμιο Ιδρυμα για τη Γυναίκα. Τα τελευταία 50 χρόνια το Avon Foundation προασπίζει την υγεία και την ποιότητα ζωής των γυναικών μέσα από προγράμματα ενημέρωσης, πρόληψης και θεραπείας με στόχο την εξάλειψη του Νο1 εχθρού της γυναίκας που είναι ο Καρκίνος του Μαστού. Από το 1992 μέχρι το 2009 το Avon Foundation έχει προσφέρει περισσότερα από 450 εκατομμύρια δολάρια σε 50 χώρες παγκοσμίως για την εκπαίδευση, τη διάγνωση, την υποστήριξη και την επιστημονική έρευνα. Στην Ελλάδα η AVON μέσω μίας πολύπλευρης σειράς ενεργειών, υποστηρίζει δυναμικά το έργο της Ελληνικής Αντικαρκινικής Εταιρείας (Ε.Α.Ε.). Το πλούσιο έργο της εκφράζεται μέσα από την αγορά και χορηγία ενός μηχανήματος έγκαιρης διάγνωσης στην Ε.Α.Ε. καθώς και την αγορά και λειτουργία μίας κινητής μονάδας μαστογράφου τελευταίας τεχνολογίας που σύντομα θα ξεκινήσει το ταξίδι ζωής στις απομακρυσμένες γωνιές της χώρας μας.



Ροζ Ημερολόγιο 2010

Με στόχο να υποστηρίξει το ταξίδι του Μαστογράφου, η Avon δημιούργησε ένα πολύ όμορφο ροζ Ημερολόγιο για το 2010 (**δείτε την εικόνα**), ένα Ημερολόγιο που κάθε γυναίκα αξίζει να έχει στην τσάντα της ή να προσφέρει ως δώρο, για να της θυμίζει ότι πρέπει να φροντίζει τον εαυτό της και να ζει την κάθε μέρα με αισιοδοξία και χαμόγελο!

Το Ημερολόγιο θα είναι διαθέσιμο τις τελευταίες μέρες του Οκτώβρη και μπορείτε να το βρείτε:

- Μέσω των Αντιπροσώπων της Avon σε όλη την Ελλάδα
 - * Στα καταστήματα Public
 - * Στα καταστήματα που συνεργάζονται με τη Reebok και την Adidas

τα καθαρά έσοδα από την πώληση του Ημερολογίου θα αποδοθούν στην Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρία για την υποστήριξη του ταξιδιού του Κινητού Μαστογράφου.

Η Ευκαιρία Κέρδους της Avon

Αναζητάτε μία ευχάριστη ενασχόληση για τον ελεύθερο χρόνο σας; Εργάζεστε ήδη, αλλά θέλετε να ενισχύσετε τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό; Ψάχνετε μία ευκαιρία να επεκτείνετε τον κύκλο των γνωριμιών σας; Ήρθε η ώρα να γνωρίσετε την AVON.

Όταν γίνετε Αντιπρόσωπος ή Sales Leader της Avon έχετε το δικό σας ωράριο. Θέτετε τους προσωπικούς σας στόχους και απολαμβάνετε απεριόριστα κέρδη, που επιτυγχάνονται χάριν στη δική σας ενέργεια και τον ενθουσιασμό. Ως παγκόσμιος ηγέτης στο χώρο της ομορφιάς, η Avon σας παρέχει την αξιοπιστία ενός μεγάλου ονόματος, ευρεία διαφήμιση των προϊόντων της στην αγορά, συνεργασίες με σημαντικές προσωπικότητες και τη γνώση που κάνει την πώληση εύκολη και ευχάριστη σαν παιχνίδι. Η Avon αποτελεί το κοινό σημείο αναφοράς για την επιτυχία εκατομμυρίων Αντιπροσώπων στον κόσμο, κάθε ηλικίας, κουλτούρας και διαδρομής στη ζωή τους.

Στην Avon μπορείτε να ζείτε τη ζωή με τους δικούς σας όρους. Μπορείτε να απολαμβάνετε όχι μόνο μία νέα συνεργασία, αλλά να απολαμβάνετε ένα νέο τρόπο ζωής.

Περισσότερα από 5 εκατομμύρια Αντιπρόσωποι παγκοσμίως απολαμβάνουν τα παρακάτω προνόμια – γιατί όχι και εσείς;

- Μπορείτε να ξεκινήσετε τη συνεργασία σας με την Avon, χωρίς κεφάλαιο.
- Επιλέγετε εσείς τις ώρες που θα ασχοληθείτε.
- Μπορείτε να προωθείτε τα προϊόντα Avon από το σπίτι σας, χωρίς κόπο, εύκολα και ευχάριστα.
- Δε χρειάζεται να έχετε απόθεμα προϊόντων. Εάν θέλετε να πουλάτε σε πελάτες σας, επικεντρωθείτε στα προϊόντα που σας παραγγέλνουν και μιλάτε για τις ευκαιρίες της

Αvon για γρήγορη επιτυχία.

- Εκμεταλλευτείτε τις μεγάλες δυνατότητες κερδών και ανάπτυξης – Πουλήστε και μοιραστείτε την ευκαιρία της Αvon με τα άτομα που προσεγγίζετε και καθοδηγήστε τα, ώστε να επιτύχετε υψηλότερα κέρδη*.

- Απολαύστε τα αποκλειστικά προνόμια της Αvon – ευκαιρίες ανάπτυξης και προγράμματα δώρων, εκπαιδευτικά σεμινάρια και πολλά άλλα.

- Έχετε τη δυνατότητα να κερδίσετε περισσότερα χρήματα εύκολα, ευχάριστα και χωρίς κάποια επένδυση.

* Τα κέρδη καθορίζονται στον Οδηγό "Υποδεχθείτε ένα καινούργιο αύριο" σύμφωνα με την εκάστοτε πολιτική της εταιρίας. Τον Οδηγό αυτό μαζί με όλο το έντυπο υλικό που χρειάζεστε κατά την έναρξη της συνεργασίας σας με την Αvon, θα λάβετε στην πρώτη συνάντησή σας με τη Διευθύντρια της περιοχής σας ή τη Sales Leader.

3.5 Καριέρα στην AVON

Η Αvon αποτελεί την μεγαλύτερη εταιρία απευθείας πώλησης στον κόσμο. Με έτος ίδρυσης το 1886 από τον David McConnell στις Ηνωμένες Πολιτείες, σήμερα η Αvon δραστηριοποιείται σε πάνω από 100 χώρες παγκοσμίως, μέσα από ένα άρτια εκπαιδευμένο δίκτυο σχεδόν 6 εκατομμυρίων γυναικών που εξυπηρετούν περισσότερους από 300 εκατομμύρια καταναλωτές.

Η Avon εκπροσωπείται στην ελληνική αγορά από το 1988, ενώ από το Μάρτιο του 2001 έγινε 100% θυγατρική εταιρία της πολυεθνικής AVON Products Inc., σημειώνοντας εντυπωσιακή ανάπτυξη που της έδωσε το μεγαλύτερο μερίδιο στην ελληνική αγορά. Στην αγορά τα προϊόντα της AVON διακινούνται μέσω από τους Αντιπροσώπους της. Η Avon αποτελεί τη Νούμερο 1 "Επιλογή" τόσο για τα προϊόντα της όσο και για τις επαγγελματικές ευκαιρίες που προσφέρει.

Το 2009, για μία ακόμη χρονιά η Avon κατέλαβε περίοπτη θέση (10 θέσεις πιο πάνω από το 2008) στη λίστα με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις των Η.Π.Α. "Fortune 500", σύμφωνα με το έγκυρο οικονομικό περιοδικό των Fortune..

3.6 Εργασιακό περιβάλλον της Avon

Η συνολική λειτουργία και η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών μας είναι βασισμένη στο ανθρώπινο δυναμικό. Το επίκεντρο της επιχειρηματικής φιλοσοφία μας είναι η "επιλογή" και η "ίση ευκαιρία" σε όλους τους εργαζομένους. Η φιλοσοφία μας αυτή συμπληρώνεται από την δέσμευση μας για παροχή προνομίων και την υιοθέτηση πολιτικών που δεν απομακρύνουν από την οικογένεια και επιτρέπουν σε όλους μια ισορροπημένη προσωπική ζωή.

Στους εργαζόμενους της η Avon προσφέρει σύγχρονο περιβάλλον εργασίας με όλα τα απαραίτητα μέσα για την πραγματοποίηση της εργασίας, ανταγωνιστικό πακέτο αποδοχών, Ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και ασφάλεια ζωής και εκπτώσεις σε όλα τα προϊόντα Avon. Αναγνωρίζει την συμβολή τους στην κερδοφορία της εταιρίας με σύστημα bonus και παρέχει ευκαιρίες εκπαίδευσης αλλά και δυνατότητες ανάπτυξης τόσο στην AVON Greece όσο και στο εξωτερικό.

4. Forever Living

4.1 Το Όνειρό σας, ο Στόχος Μας !

Για περισσότερα από 30 χρόνια, η Forever Living Products έχει αφοσιωθεί στην αναζήτηση των άριστων για την Υγεία και την Ομορφιά Φυσικών Πηγών, για να τις μοιράζεται με ολόκληρο τον κόσμο. Το 1978 που ιδρύθηκε η FOREVER, ξαναέγραψε το βιβλίο της ιστορίας για το πως μπορούμε να βάλουμε τις καλύτερες πηγές της φύσης να δουλέψουν για εσάς. Η ολοκληρωμένη μας σειρά από χυμούς Αλόης Βέρα, προϊόντα περιποίησης δέρματος και καλλυντικά, σας προσφέρουν τις αξιοθαύμαστες ιδιότητες της αλόης σε ολόκληρο το σώμα σας. Αν προσθέσετε και την ολοκληρωμένη σειρά συμπληρωμάτων διατροφής και τα προϊόντα μέλισσας, έχετε ένα πλήρες σύστημα φυσικής ενίσχυσης της υγείας και ομορφιάς.

Σήμερα, η FOREVER είναι μια τεράστια εταιρεία, που δραστηριοποιείται σε πάνω από 130 χώρες, αναγνωρισμένη ως ο μεγαλύτερος καλλιεργητής, παραγωγός και διανομέας Αλόης Βέρα στον κόσμο. Από τα Κεντρικά Γραφεία της εταιρείας, που βρίσκονται στο Scottsdale στην Αριζόνα, ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Rex Maughan, διευθύνει τις δραστηριότητες της εταιρείας σε παγκόσμια κλίμακα. Πάνω από 9 εκατομμύρια συνεργάτες απολαμβάνουν την υποστήριξη και την αφοσίωση της εταιρείας, που τους οδηγεί σε μια υγιέστερη και

4.2 Η Ιστορία της Εταιρείας

Η ιστορία της Forever Living Products ξεκινά με έναν άνθρωπο και ένα φιλόδοξο όνειρο. Για χρόνια, ο Rex Maughan επεδίωκε να βρει κάποια επιχειρηματική ιδέα, με την οποία θα μπορούσε να συνδυάσει τους δυο μεγαλύτερους σκοπούς της ζωής του: την καλύτερη υγεία και την οικονομική ανεξαρτησία. Το 1978, βρήκε τελικά αυτό που αναζητούσε και κάλεσε 43 άτομα να πάρουν μέρος στην πρώτη συνάντηση της Forever Living Products στην Αριζόνα. Από αυτό και μόνο το γεγονός, ξεκίνησε ένα ταξίδι, που θα οδηγούσε σε μια επιχειρηματική επιτυχία, που δεν θα μπορούσε ποτέ κανείς να φανταστεί.

Αυτό που κατάλαβαν ο Rex και οι πρώτοι συνεργάτες της Forever, ήταν ότι πολλοί άνθρωποι αναζητούσαν τα ίδια ακριβώς πράγματα με αυτούς. Ο κόσμος είχε πια κουραστεί να ακούει τις ίδιες παραδοσιακές συνταγές για το πώς να αισθάνεται καλύτερα. Αναζητούσαν νέες, φυσικές εναλλακτικές λύσεις για τη βελτίωση της υγείας τους. Και για πολλούς, η βελτίωση της υγείας ήταν μόνο η αρχή. Αυτό που ανακάλυψαν, ήταν μια ευκαιρία για καλύτερη διαχείριση χρόνου και εισοδήματος.

Η Forever Living Products γρήγορα εξελίχθηκε, από το όνειρο ενός ανθρώπου, στο όνειρο εκατομμυρίων. Το εύρος των προϊόντων μας και η απλότητα του συστήματος της επιχείρησης, σήμαιναν ότι, οποιοσδήποτε το επιθυμούσε, είχε τη δυνατότητα να βελτιώσει την ποιότητα της ζωής του. Κάποιοι ξεκίνησαν σαν πελάτες, αναζητώντας

καλύτερα προϊόντα υγείας, αλλά σύντομα εξελίχθηκαν από ικανοποιημένους πελάτες σε επαγγελματίες της Forever. Άλλοι είδαν την επιχειρηματική ευκαιρία αμέσως κι άρχισαν να δημιουργούν μια επιτυχημένη επιχείρηση. Η επιτυχία τους έγινε μεγαλύτερη καθώς βοηθούσαν άλλους να γίνουν υγιέστεροι και πλουσιότεροι. Σήμερα, 30 χρόνια μετά, η Forever έχει πάνω από 9 εκατομμύρια συνεργάτες, σε πάνω από 130 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο, με συνολικό τζίρο το 2008, 2,1 δισεκατομμύρια δολάρια.



Rex Maughan

Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου και Διευθύνων Σύμβουλος της Forever Living Products International, Inc.

Ο Rex Maughan, με πάνω από 40 χρόνια εμπνευσμένης καθοδήγησης και σωστής διοίκησης, έχει αφιερώσει τη ζωή του στο να βοηθά τους ανθρώπους να επιτύχουν τους στόχους τους. Απόφοιτος του πανεπιστημίου ASU Business School, ο Rex έχει δημιουργήσει σήμερα έναν παγκόσμιο όμιλο εταιριών, τη FOREVER, της οποίας ηγείται με την ιδιότητα του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου, και του Διευθύνοντα Συμβούλου. Η FOREVER είναι ένας όμιλος με ευρύ κύκλο δραστηριοτήτων που καλύπτει τομείς όπως: πωλήσεις, καλλιέργειες, παρασκευή προϊόντων, κτηνοτροφία, αλλά και φιλανθρωπίες.

Από το γάμο του με τη Ruth, απέκτησε 3 παιδιά και 12 εγγόνια. Κατάφερε να διακριθεί σε διάφορους τομείς, ενώ αξίζει να σημειωθεί η συμβολή του για τη διάσωση των τροπικών δασών του Νοτίου Ειρηνικού , για την οποία μάλιστα του απονεμήθηκε ο τίτλος του Αρχηγού Tilafaiga.

Όταν ο Rex υπηρέτησε σαν ιεραπόστολος στα νησιά Σαμόα στον Νότιο Ειρηνικό, εκεί πρωτοεμπνεύσθηκε από τον συγγραφέα Robert Louis Stevenson, που πέρασε τα τελευταία χρόνια της ζωής του εκεί. Ανέπτυξε τόσο μεγάλο σεβασμό για τους κατοίκους της Σαμόα και τον τόπο τους, ώστε μερικές δεκαετίες αργότερα, ιδρύσαμε το Μουσείο Robert Louis Stevenson και το Ίδρυμα Συντήρησης και Αποκατάστασης της αγροικίας του Stevenson που υπάρχει από το 1890 στην Απια της Σαμόα. Σήμερα, το Μουσείο αποτελεί πόλο έλξης για τουρίστες, ντόπιους επισκέπτες και μαθητές.

Για 13 χρόνια, ο Rex Maughan, διατέλεσε Αντιπρόεδρος της Webb Corporation, και της Realty & Management Company, όπου διαχειρίστηκε ένα χαρτοφυλάκιο άνω των 100 εκατ. δολαρίων ακίνητης περιουσίας σε όλες τις Η.Π.Α. Επιπλέον, ανέλαβε τη διοίκηση των τουριστικών μαρίνων στις λίμνες Powel, Mead και Mohave στην Αριζόνα και τη Νεβάδα.

Ως Διευθύνων Σύμβουλος της Mayer Central Building Corporation, ο Rex επέδειξε τις εξαιρετικές του ικανότητες σε ό,τι έχει να κάνει με τη χρονομίσθωση, διαχείριση και διοίκηση ακίνητης περιουσίας έχοντας στην ευθύνη του ένα χαρτοφυλάκιο 50 εκατ. δολαρίων που περιελάμβανε ξενοδοχεία, συγκροτήματα κατοικιών και επαγγελματικών χώρων στην Αριζόνα και τη Νέα Υόρκη. Από το Ινστιτούτο

Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας απέκτησε την πιστοποίηση του διαχειριστή ακίνητης περιουσίας (Certified Property Manager).

Ο Rex είναι απόφοιτος της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου της Αριζόνα(ASU Business School), ενώ έχει ολοκληρώσει με επιτυχία μεταπτυχιακές σπουδές με αντικείμενο την ακίνητη περιουσία, τη φορολογία, τον εσωτερικό έλεγχο και τις συγχωνεύσεις εταιρειών. Τόσο για τα επιτεύγματά του στον τομέα των επιχειρήσεων, αλλά και για τη συνολική προσφορά του στο κοινωνικό σύνολο, ανακηρύχθηκε επίτιμος Διδάκτωρ Ανθρωπιστικής Γραμματείας.

Ο Rex περιγράφει τον εαυτό του ως «ένα αυτοδημιούργητο, σκληρά εργαζόμενο και ευφυή άνθρωπο, που αγαπά τους συνάνθρωπους του και ιδιαίτερα τους ευεργέτες.» Για την επιτυχία λέει ότι είναι: «να έχεις όραμα, να δουλεύεις σκληρά, να προσφέρεις ολοκληρωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, να μην έχεις χρέος και να διακατέχεσαι από ομαδικό πνεύμα.»

4.3 Ιστορικό εταιρείας

Ακόμα	ψηλότερα	το	'04!	2004	
_____ ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ					
ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ	ΤΑ	2	ΔΙΣ.	ΔΟΛΛΑΡΙΑ!	2003
_____ ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ					

ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ	ΤΑ	1.77	ΔΙΣ.	ΔΟΛΛΑΡΙΑ!	2002
_____ ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ					
ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ	ΤΑ	1.3	ΔΙΣ.	ΔΟΛΛΑΡΙΑ!	2001
_____ Foreverliving.com					
Εναρξη			ιστοσελίδα		2000
_____					1999
_____ Οι ιδιόκτητες φυτείες στη					
Δομινικανή	Δημοκρατία	επεκτείνονται	σε	50,000	στρέμματα.
ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ	ΤΑ	1 ΔΙΣ.	ΔΟΛΛΑΡΙΑ!	1998
_____ Παρουσιάζεται η νέα σειρά					
μακιγιάζ			Sonya		1997
_____					1996
_____ Η FLP αγοράζει νέα κεντρικά					
γραφεία	στο	Scottsdale,	Arizona	εκτάσεως	8,400 τ.μ.
_____					1995
_____					1994
_____					1993
_____ Νέοι αποθηκευτικοί χώροι της					
Aloe Vera of America	προστίθενται	στο	Mission,	Texas	
ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ	ΤΑ	500 ΕΚΑΤ.	ΔΟΛΛΑΡΙΑ!	1992
_____ Αγοράζονται φυτείες Αλόης					
Βέρα	στήν	Δομινικανή	Δημοκρατία.		1991
_____ Η θυγατρική εταιρεία Forever					
Resorts	αγοράζει	την	γνωστή	φάρμα	Southfork Ranch.
_____ Η FLP παρουσιάζει το					1990

απορρυπαντικό Aloe MPD. 1989

1988

1987

_____ Η FLP παρουσιάζει την νέα
σειρά περιποίησης προσώπου Aloe Fleur de Jouvence 1986

_____ Η FLP παρουσιάζει το νέο

διατροφικό συμπλήρωμα Nature-Min 1985

_____ Η FLP αναγνωρίζεται ως η

πρώτη Εταιρεία που λαμβάνει την σφραγίδα έγκρισης του International Aloe Science Council για την αγνότητα και περιεκτικότητα των προϊόντων της ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΞΕΠΕΝΡΟΥΝ ΤΑ 100 ΕΚΑΤ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ! 1984

1983

_____ Η FLP αγοράζει την

μελισσοκομική Εταιρεία Robson Bee Products - Τα προϊόντα μέλισσας παρουσιάζονται. Η FLP ανοίγει τα νέα κεντρικά γραφεία της στο Tempe, Arizona. 1982

_____ Ο Χυμός Aloe Vera Gel

λαμβάνει την σφραγίδα έγκρισης Kosher. Η FLP παρουσιάζει τα νέα προϊόντα προσωπικής φροντίδας.

ΤΟΝ ΙΟΥΝΙΟ, Η ΠΡΩΤΗ ΜΕΡΑ ΜΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΝΟΣ ΕΚΑΤ. ΔΟΛΛΑΡΙΩΝ!

1981

_____ Αγοράζονται εγκαταστάσεις

παραγωγής της Aloe Vera of America στο Texas.

Μάρτιος 1980- ΠΡΩΤΟΣ ΜΗΝΑΣ

ΠΟΥ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ ΤΟ ΕΝΑ ΕΚΑΤ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ! 1980

_____ Τα πρώτα κεντρικά γραφεία

αγοράζονται στο Tempe, Arizona. Αγοράζονται οι πρώτες φυτείες Αλόης Βέρα στο Texas.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ ΤΑ 9 ΕΚΑΤ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ! 1979

Η FLP επεκτείνεται σε όλη την

Αμερική Παρουσιάζεται το προϊόν Activator.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΞΕΠΕΡΝΟΥΝ ΤΟ ΕΝΑ ΕΚΑΤ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ! 1978

Μαΐος '79 - Εγκαίνια

Εταιρείας

στο Phoenix, Arizona

Η FLP παρουσιάζει τον Χυμό Aloe Vera Gel,

Aloe Vera Gelly και Lotion στις περισσότερες Δυτικές Πολιτείες της Αμερικής.

4.4 Οι αρχές του Δικτυακού Marketing (MLM) για την forever living

Το MLM (Multi Level Marketing) δηλαδή το Δικτυακό Marketing, είναι ένας τρόπος διακίνησης προϊόντων, που βοηθάει τα άτομα να αποκτήσουν εισόδημα κάτω από ελαστικές προϋποθέσεις εργασίας, όπως, δουλεύοντας λίγες ώρες ή ένα πλήρες ωράριο, προκειμένου να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Υπάρχουν πολλές εταιρείες που προσφέρουν ευκαιρίες για ανάπτυξη μέσω Δικτυακού Marketing, αλλά πολύ λίγες από αυτές είναι καταξιωμένες και έχουν αποδείξει την μεγάλη τους σταθερότητα στο χρόνο. Η Forever Living Products είναι σε αυτόν τον χώρο 27 χρόνια και έχει αποδείξει την άριστη ποιότητα των προϊόντων της, καθώς και το επιτυχημένο της Marketing Plan, σε πάνω από 8 εκατομμύρια Συνεργάτες της σε παγκόσμια κλίμακα.

Σας παραθέτουμε την παρακάτω λίστα για να σας καθοδηγήσει να βρείτε αυτό που ψάχνετε στο χώρο του Δικτυακού Marketing:

Τα Σημεία ενός Καλού Συστήματος Δικτυακού Marketing

Ποιοτικά Προϊόντα - Μια καλή σειρά προϊόντων είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία που κάνει μια επιχείρηση να διαφέρει από τις άλλες. Είναι δύσκολο να είσαι αξιόπιστος, όταν την ίδια στιγμή που πουλάς φίλτρα νερού, πουλάς και παπούτσια. Μια εταιρεία πρέπει να έχει ποιοτικά προϊόντα που διατηρούν την φήμη τους ανεξάρτητα από την τιμή τους ή τα κίνητρα με τα οποία προσφέρονται. Ψάξτε για τον αποδεδειγμένο ηγέτη της αγοράς.

Όχι Προσπεράσματα- Κανένας από το δίκτυό σου δεν θα μπορέσει ποτέ να σε ξεπεράσει, και να βρεθεί σε υψηλότερο επίπεδο από εσένα. Αν κάποιος Συνεργάτης του δικτύου σου κάνει πολλές αγορές, τότε αυτόματα ανεβάζουν κι εσένα στο επόμενο επίπεδο. Ψάξτε για εκείνο το Σύστημα Marketing που έχει φτιαχτεί για να επιβραβεύει εκείνους που βάζουν στην ομάδα τους ανερχόμενα αστέρια.

Δεν χάνεις τη θέση σου - Ο Συνεργάτης που μένει ανενεργός, δηλαδή εκτός πωλήσεων, ποτέ δεν υποβιβάζεται ή χάνει τη θέση του. Από τη στιγμή που κάποιος ανεβαίνει σε συγκεκριμένο επίπεδο, μπορεί να παραμείνει εκεί. Ένα καλό Σύστημα Marketing σε αφήνει να ξεκουραστείς αν το χρειάζεσαι.

Απόδοση Μπόνους στη Λιανική Τιμή του Προϊόντος - Τα Μπόνους πρέπει να βασίζονται στις λιανικές τιμές των προϊόντων και όχι στην χονδρική τιμή που αγοράζουν οι Συνεργάτες. Αυτό σημαίνει περισσότερα χρήματα στον Συνεργάτη.

Αποδεδειγμένη Οικονομική Σταθερότητα - Μια συνεχόμενα σταθερή ανάπτυξη αποτελεί πάντα ένα σημάδι για μια εταιρεία με καλό Δικτυακό Marketing. Είναι πολύ χρήσιμο να γνωρίζουμε την οικονομική κατάσταση της εταιρείας. Πάντα να αναζητάτε το διάγραμμα ανάπτυξης της εταιρείας, τα νούμερα πωλήσεων και τους

μελλοντικούς στόχους της. Επίσης, δείτε το ιστορικό των πωλήσεων καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της εταιρείας.

5 χρόνια Ελάχιστη Εμπειρία στο Χώρο - Ένα καλά καθιερωμένο Σύστημα Δικτυακού Marketing θα πρέπει να έχει εμπειρία τουλάχιστον πέντε χρόνων και σταθερή ανάπτυξη κατά τη διάρκεια λειτουργίας της. Ένα καλά στημένο MLM θα αντέξει τους πρώτους κρίσιμους 18 μήνες, με σταθερή διοίκηση, και δυνατό Σύστημα Marketing, δυναμικούς συνεργάτες και ποιοτικά προϊόντα.

Πολλαπλές Ευκαιρίες για Αύξηση Εισοδήματος - Μαζί με τις ποικίλες ευκαιρίες αύξησης εισοδήματος που προσφέρονται στον συνεργάτη, υπάρχει ακόμα και το πλεονέκτημα ότι μπορείς να δουλεύεις λίγες ώρες (μερική απασχόληση) ή πλήρες ωράριο ακόμα και από το σπίτι. Βασικό πλεονέκτημα για όσους ασχολούνται με το Δικτυακό Marketing, είναι το γεγονός ότι μπορείτε να πολλαπλασιάσετε τις ευκαιρίες για να βγάλετε περισσότερα χρήματα. Καθώς ψάχνετε για ένα καλό MLM, κοιτάξτε να προσφέρει το δικαίωμα για πρόσθετα μόνους, όπως και αυτό από την συμμετοχή στα κέρδη (profit share), μόνους ηγεσίας και άλλα.

Καταναλωτικά Προϊόντα - Προϊόντα που καταναλώνονται εύκολα και καθημερινά, είναι ιδανικά για μια δικτυακή επιχείρηση, αφού εύκολα μπορείτε να δημιουργήσετε πιστούς πελάτες που θέλουν να αγοράζουν συστηματικά αυτά τα προϊόντα. Ευχαριστημένοι και τακτικοί πελάτες, είναι η βάση για μια επιτυχημένη επιχείρηση στο Δικτυακό Marketing. Και αυτό μπορεί μόνο να βασιστεί πάνω σε ποιοτικά προϊόντα. Για παράδειγμα, είναι πολύ δύσκολο να εκπροσωπείς μια εταιρεία που πουλάει συναγερμούς για το σπίτι.

Δίκτυο Εκτεταμένης Υποστήριξης - Ένα δίκτυο εκτεταμένης υποστήριξης παίζει πολύ κρίσιμο ρόλο στην επιτυχία της επιχείρησης με MLM. Αυτό σημαίνει, καλή εξυπηρέτηση συνεργατών, εκπαιδευτικά σεμινάρια, επιπλέον κίνητρα ή γενικότερα, ευκαιρίες για καλύτερη ανάπτυξη της επιχείρησής του. Η δική σας επιτυχία αντιπροσωπεύει την επιτυχία της εταιρείας, επομένως, το σύστημα υποστήριξης θα πρέπει να βασίζεται σε αυτή την ιδέα.

Διεθνής Παρουσία - Μια εταιρεία που λειτουργεί σε παγκόσμιο επίπεδο, δείχνει ανάπτυξη, αξιοπιστία και ποιοτικά προϊόντα. Αυτό οφείλεται και στην τεράστια πείρα της εταιρείας στο χώρο. Οι περισσότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται διεθνώς έχουν επιδείξει σταθερότητα και έχουν αποκτήσει πλούσια εμπειρία.

Αλόη Βέρα

Για πολλούς αιώνες, διάφοροι πολιτισμοί στον κόσμο έχουν χρησιμοποιήσει την αλόη βέρα για τα ευεργετικά της οφέλη. Το θαυματουργό ζελέ που βρίσκεται μέσα στο φύλλο της αλόης, περιέχει πάνω από 75 θρεπτικά συστατικά και πάνω από 200 άλλα συστατικά, που περιλαμβάνουν 20 μέταλλα, 18 αμινοξέα και 12 βιταμίνες. Η πιο θρεπτική αλόη είναι η *Aloe Barbadensis Miller*, η μοναδική ποικιλία που χρησιμοποιούμε στα προϊόντα μας. Η δική μας φυσική, πατενταρισμένη διαδικασία σταθεροποίησης, επιτρέπει στην αλόη μας να φτάνει στους καταναλωτές στη φυσική της κατάσταση. Ήμασταν η πρώτη εταιρεία στον κόσμο που έλαβε την σφραγίδα γνησιότητας και αγνότητας από το International Aloe Council.

5. ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Δεν ξέρω αν το έχετε συνειδητοποιήσει ακόμη. Αυτή η οικονομική κρίση που ξέσπασε, δεν είναι μια συνηθισμένη Τραπεζική ή Χρηματιστηριακή κρίση. Είναι μια δομική κρίση του οικονομικού συστήματος του παραδοσιακού εμπορίου, των παραδοσιακών επιχειρήσεων, του παραδοσιακού συστήματος οργάνωσης.

Είναι μια κρίση που αμφισβητεί τις παραδοσιακές δομές όλης της μεταβιομηχανικής εποχής. Μια κρίση που φτάνει στον πυρήνα της ίδιας της ανθρώπινης συνθήκης, αμφισβητώντας έννοιες που ήσαν τα θεμέλια του για 100 χρόνια ισχύοντος παραδείγματος

- Η σταθερότητα εργασίας, κατέρρευσε.
- Η υπόσχεση μιας σύνταξης σε ανταπόδοση της μισθωτής εργασίας ή της παραδοσιακής αυτοαπασχόλησης, κατέρρευσε.
- Η Δύναμη του brand (δηλαδή της μάρκας) συνώνυμη με τεράστιας αξίας εμπορικά σήματα και παγκόσμιας εμβέλειας επιχειρήσεις,κατέρρευσε.
- Το σύστημα του παραδοσιακού μάρκετινγκ που ξέκοβε τον καταναλωτή από τη διαδικασία παραγωγής και διανομής, παρεμβάλλοντας πολλαπλά επίπεδα μεσαζόντων και μετακυλούσε το κόστος διαφήμισης, προώθησης, διανομής στην τελική τιμή του προϊόντος, όχι μόνο καταρρέει αλλά από αυτά τα επίπεδα μεσαζόντων και εργαζομένων για αυτούς, δημιουργεί τις μεγαλύτερες στρατιές ανέργων.
- Και μαζί με την κατάρρευση αυτών, καταρρέουν και οι μύθοι των golden boys, των μάγων των επιχειρήσεων και της οικονομίας, των "χαρισματικών και των συνηθισμένων ανθρώπων". Καταρρέει ένας ολόκληρος κόσμος προτύπων, μοντέλων, συμπεριφορών και συστημάτων που ΠΕΡΙΟΡΙΖΕ τον άνθρωπο από τις απεριόριστες δυνατότητες του, από την αξιοποίηση των ταλέντων του και από την διεκδίκηση αυτών που ΑΞΙΖΕΙ.

Η κρίση στην οποία η Ελλάδα ούτε καν έχει εισέλθει ακόμη (Οκτώβριος 2008), θα διαρκέσει από 5-10 χρόνια (αισιόδοξο και μη αισιόδοξο σενάριο). Σε αυτή την μεταβατική εποχή θα συμβούν κοσμογονικές αλλαγές στα ΠΑΝΤΑ. Η μετάβαση δεν θα είναι εύκολη ούτε χωρίς θυσίες και θύματα.

Όμως η πλέον ΔΟΜΙΚΗ και συντριπτική αλλαγή στον τομέα του εμπορίου θα είναι η

ΑΛΛΑΓΗ του μοντέλου του. Το παραδοσιακό μάρκετινγκ πέθανε. Το κλείσιμο εταιριών που ξέραμε σαν πολύ δυνατά brands έχει γίνει μια συνηθισμένη είδηση των δελτίων ειδήσεων.

Δύο πυλώνες θα χαρακτηρίσουν τη ΝΕΑ οργάνωση του εμπορίου . Το Internet (Διαδικτυακό) μάρκετινγκ και το Δικτυακό Μάρκετινγκ. Και φυσικά οι λύσεις που θα συνδυάζουν και τα δύο θα είναι οι πιο ισχυρές. Πολλές εταιρίες του παραδοσιακού εμπορίου ήδη μελετούν να αναπτύξουν το δικτυακό μάρκετινγκ σαν εναλλακτικό κανάλι διανομής. Όμως το νέο δεν μπορεί να αναπτυχθεί σε ένα νεκρό οργανισμό. Και αυτή είναι η ανοησία τους .Θα αναγκαστούν να επιλέξουν. Και έχοντας δομήσει όλη τη λειτουργία τους στο παραδοσιακό μάρκετινγκ , με τα πολλαπλά επίπεδα μεσαζόντων και τα πολυδάπανα οργανογράμματα ακριβοπληρωμένων στελεχών, είναι καταδικασμένες να σαμποταριστεί αυτή η πρωτοβουλία τους από την ίδια τη "σάρκα τους". Είναι αναπόφευκτο.

Οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες δικτυακού μάρκετινγκ θα αποτελέσουν ένα δυναμικό κανάλι διανομής προϊόντων και υπηρεσιών. **Απλά λόγω της ΦΥΣΗΣ του Δικτυακού Μάρκετινγκ.** Γιατί το Δικτυακό Μάρκετινγκ δεν είναι απλά ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος ΤΡΟΠΟΣ (μέσο, κανάλι) διανομής προϊόντων και υπηρεσιών στον κόσμο, αλλά και ο μοναδικός που αποτελεί **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ** για όποιον έχει την θέληση και την δέσμευση να δημιουργήσει μια ΔΙΚΗ του ΝΕΟΥ ΤΥΠΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ. Μια επιχείρηση ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΡΙΣΚΟ, και με ελάχιστα κόστη ξεκινήματος και λειτουργίας.

Η Επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ αποτελεί μια πιο αξιόπιστη λύση από το franchising . Έχει όλα τα πλεονεκτήματα που γνωρίζουμε στις επιχειρήσεις franchising ,χωρίς τα μειονεκτήματα που βασικά είναι το υψηλός κόστος απόκτησης της άδειας, η διαρκής πληρωμή δικαιωμάτων και το υψηλό κόστος λειτουργίας.

Σε αυτή τη νέα πραγματικότητα υπάρχουν πράγματα- συνθήκες- που πρέπει να διαμορφωθούν ώστε να αποτελέσουν πολλαπλασιαστή αυτής της τάσης.Οι προϋποθέσεις αυτής της υγιούς μετάβασης που αφορούν στον καταναλωτή ,ώστε να σιγουρευθεί πως η επιλογή εταιρίας δικτυακού μάρκετινγκ και γραμμής αναδοχής είναι οι σωστές, είναι οι πιο κρίσιμες σε αυτή τη φάση.

Για πρώτη φορά έχει ο καθένας - ασχέτου μόρφωσης, χρώματος, γλώσσας, εθνότητας- την ευκαιρία να αξιοποιήσει το δικτυακό μάρκετινγκ ως μέσο διανομής προϊόντων και υπηρεσιών -με όφελος να αγοράζει σε τιμές χονδρικής και να κάνει πια την κατανάλωση του παραγωγική- αναπτύσσοντας παράλληλα και την επιχειρηματική του διάσταση, δηλαδή προωθώντας τα προϊόντα/ υπηρεσίες με την μέθοδο του δικτυακού μάρκετινγκ αποκτώντας έτσι πρόσβαση σε παθητικό εισόδημα εισόδημα το οποίο παράγεται χωρίς την φυσική του παρουσία, οικονομικά δικαιώματα δηλαδή). Η δυνατότητα είναι πράγματι καταπληκτική και μοναδική.

Οι καταναλωτές που ενδιαφέρονται να εξερευνήσουν αυτή τη Νέου Τύπου Επιχείρηση θα πρέπει να το κάνουν ανατρέποντας πολλά από τα παραδοσιακά τους πιστεύω, όπως:

- **Να μην προσπαθούν να αναλύσουν μια δικτυακή επιχείρηση με τον τρόπο που είχαν μάθει να αναλύουν μία παραδοσιακή επιχείρηση.** Είναι εντελώς διαφορετικά πράγματα. Άλλα τα κέντρα κέρδους, άλλος ο μηχανισμός ανάπτυξης άλλη η έννοια και ο τρόπος υπολογισμού της καθαρής αξίας και του ενεργητικού, κλπ. **ΑΛΛΟΙ ΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ.** Είναι σαν να προσπαθούν να καταλάβουν το χόκεϊ επί πάγου, συγκρίνοντας το με τις αναλογίες του ποδοσφαίρου. Και αυτά βλέπετε είναι ομαδικά αθλήματα, όμως δεν έχουν καμία σχέση μεταξύ τους.
- **Να καταλαβαίνουν τις έννοιες του ανατοκισμού, του πολλαπλασιασμού χρόνου και εισοδήματος και του επιχειρηματικού μοντέλου.** Αλλιώς επίσης θα υποτιμήσουν την ενσωματωμένη αξία της ιδέας της Νέου Τύπου Επιχείρησης του Δικτυακού Μάρκετινγκ.
- **Να καταλάβουν ότι δοκιμάζοντας μια επιχείρηση δικτυακού μάρκετινγκ, δεν έχουν κανένα επιχειρηματικό ρίσκο.** Δεν πρόκειται να χάσουν παρά λίγο από τον χρόνο που διέθεσαν. Όχι όμως χρήματα.

Εδώ όμως υπάρχει κάτι σημαντικό. Όπως σε κάθε τι, έτσι και στις επιχειρήσεις που ονομάζονται επιχειρήσεις Δικτυακού Μάρκετινγκ, δεν είσαι ότι δηλώσεις. Απλά δηλαδή δεν είναι όλες ίδιες. Και ο καθένας που θα ξεκίναγε κάτι νέο, σίγουρα θα

ήθελε να διαλέξει κάτι που πραγματικά κάνει τη δουλειά που υπόσχεται. **Τι πρέπει λοιπόν να ερευνήσει ένας καταναλωτής προκειμένου να ξεκινήσει μια εταιρία δικτυακού μάρκετινγκ;**

1. **ΙΣΤΟΡΙΚΟ:** Της εταιρίας και των στελεχών. Έχει σημασία. Προσωπική μου πίστη είναι ότι μια εταιρία δικτυακού μάρκετινγκ που αποτελεί ευκαιρία, πρέπει να έχει ζωή τουλάχιστον 10 ετών -και αυτό να αποδεικνύεται. Σε αυτή τη δεκαετία έχουν δοκιμαστεί τα προϊόντα/ υπηρεσίες της, τα συστήματα της, η αξία των προγραμμάτων αμοιβών της.
2. **ΑΞΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ:** Συνήθως τα προϊόντα και υπηρεσίες που παράγουν οι εταιρίες του δικτυακού μάρκετινγκ, έχουν πολύ καλή ποιότητα, σε πολλές περιπτώσεις αποτελούν καινοτομίες για τον όλο κλάδο στον οποίο αναφέρονται, και οι τιμές τους είναι σωστές. Όμως αυτό για κάποιον που ερευνά ,είναι κάτι αποδείξιμο. Πρέπει πριν ξεκινήσει συνεργασία να είναι απόλυτα σίγουρος ότι τα προϊόντα είναι εμπορεύσιμα. Και εννοώ απλά, η τιμή τους είναι τέτοια ώστε να μπορούν να προωθηθούν. Απλά δοκιμάζοντας κάποια από αυτά μπορεί να κάνει στον εαυτό του την ερώτηση: "Αν δεν ήμουν συνεργάτης αυτής της εταιρίας, θα αγόραζα αυτό το Προϊόν/ Υπηρεσία στην Λιανική του τιμή;"
3. **ΦΗΜΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ:**Αν η εταιρία έχει ζωή 10 ετών , έχει ήδη δημιουργήσει μια φήμη -αυτή και οι συνεργάτες της- στην αγορά. Είναι σημαντικό αυτό να το γνωρίζει κάποιος πριν συνεργασθεί. αφού θα το βρει μπροστά, είτε ως σύμμαχο ή ουδέτερο παράγοντα, είτε σαν εμπόδιο στην ανάπτυξη του. .
4. **ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Ή ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ:**Η νομοθεσία περί Δικτυακού Μάρκετινγκ αποσαφηνίζει το διαχωρισμό του από τα παράνομα σχήματα οικονομικής πυραμίδας. Οι εταιρίες δικτυακού μάρκετινγκ είναι νόμιμες επιχειρήσεις. Διακινούν προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι οικονομικές πυραμίδες δεν διακινούν κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Απλά ο καθένας αμείβεται από τα χρήματα που πληρώνει κάποιος που σύστησε για να μπει στην οικονομική πυραμίδα. Κατά συνέπεια μια νόμιμη επιχείρηση δικτυακού μάρκετινγκ δεν αμείβει κάποιον συνεργάτη της για την εγγραφή συνεργατών - αποσυνδεδεμένα από την κατανάλωση που αυτές οι νέες εγγραφές κάνουν.

5. **ΣΑΦΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΜΟΙΒΩΝ:** Ένα άλλο χαρακτηριστικό των νόμιμων δικτυακών επιχειρήσεων είναι η σαφήνεια στα συστήματα αμοιβών. Πχ είναι σαφής η τιμή λιανικής και χονδρικής για κάθε προϊόν; Είναι σαφές πόσα χρήματα θα λάβεις μηνιαία αν διακινήσεις μια συγκεκριμένη ποσότητα σε αξία προϊόντων ή υπηρεσιών Εσύ και η Ομάδα σου;.Αυτά αποτυπώνονται σε έντυπο που συνήθως ονομάζεται Πολιτική της Εταιρίας.
6. **ΤΙ ΠΡΩΘΕΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΩΝ:**Η ιδέα του δικτυακού μάρκετινγκ εμπεριέχει την μερική απασχόληση. Άρα θα πρέπει να μπορείς να κάνεις τη συγκεκριμένη δικτυακή επιχείρηση με μερική απασχόληση. Έχει λοιπόν σημασία να δεις από το σύστημα αμοιβών αν υπάρχει ΠΙΕΣΗ και ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΗ προσωπικών πωλήσεων ή συγκεκριμένου αριθμού νέων εγγαφών , προκειμένου να πάρεις τις αμοιβές που δημιουργείς. Πρέπει να γνωρίζεις από τα πριν αν ΜΠΟΡΕΙΣ να κάνεις αυτή την επιχείρηση με μερική απασχόληση.
7. **ΑΝ ΑΝΑΓΚΑΖΕΣΑΙ ΝΑ ΑΠΟΘΗΚΕΥΕΙΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ:** Τότε κάτι δεν πάει καλά. Για παράδειγμα μια σωστή δικτυακή επιχείρηση μπορεί να ξεκινήσει με αρχική αγορά προϊόντων το πολύ 50 ευρώ. Φυσικά η κάθε εταιρία έχει και επαγγελματικά πακέτα ξεκινήματος που σε πάνε απευθείας στη πρώτη βαθμίδα του προγράμματος αμοιβών και κοστίζουν μέχρι 400 ευρώ, όμως αυτό πρέπει να είναι στην δική σου επιλογή. Αν ακούσεις για ξεκινήματα που απαιτούν επενδύσεις ασυνήθεις , και πως αυτή είναι η μοναδική σου επιλογή,ψάξε περισσότερο. Αν επίσης διαπιστώσεις ότι από κάποιο επίπεδο αμοιβών (βαθμίδα του μάρκετινγκ), μέρος των αμοιβών σου σου δίνεται σε προϊόντα, κάτι δεν πάει καλά.
8. **ΠΟΙΟΙ ΣΕ ΣΥΣΤΗΝΟΥΝ:**Βασική αρχή λειτουργίας του δικτυακού μάρκετινγκ είναι η σύσταση. Εγγραφόμενος ως νέος συνεργάτης σε μια εταιρία δικτυακού μάρκετινγκ , στην αίτηση σου υπάρχει και το όνομα αυτού που σε σύστησε, δηλαδή του αναδόχου σου (ή σπόνσορα ή χορηγού ή...).Και ξεκινώντας την επιχείρηση σου, από αυτόν και την δική του γραμμή αναδοχής θα έχεις την οποία βοήθεια για να δημιουργήσεις μια υγιή κερδοφόρα και διαρκώς αναπτυσσόμενη επιχείρηση. Είναι δηλαδή οι εν δυνάμει συνεταιίροι σου. Δεν θα πρέπει λοιπόν να τους γνωρίσεις,να μάθεις το πως δουλεύουν , να ταιριάζει αυτός ο τρόπος με εσένα; Αυτή είναι ίσως και η κρισιμότερη απόφαση που θα λάβεις, όμως συνήθως πολλοί είναι αυτοί που την παίρνουν

ανήφιστα. Και όταν το συνειδητοποιούν, έχουν χάσει -τουλάχιστον -πολύτιμο χρόνο.

9. **ΠΑΡΑΠΕΥΡΑ ΚΟΣΤΗ:** Αν είναι υποχρεωτική η παρουσία σου σε μηνιαίες εκδηλώσεις, Συνεδριακά Σαββατοκύριακα, πρόγραμμα βιβλίων κλπ..., και αν αυτά σου δημιουργούν ένα σταθερό μηνιαίο κόστος και είναι υποχρεωτική η παρακολούθησή τους, τότε **πρώτον** πρέπει να το υπολογίσεις στο λειτουργικό κόστος της επιχείρησής, **δεύτερον** να σκεφθείς γιατί είναι υποχρεωτικό και **τρίτο** να συνυπολογίσεις ότι η σύγχρονη διαδικτυακή τεχνολογία, αχρηστεύει τα μοντέλα που χρησιμοποιούσε πριν 20 χρόνια το δικτυακό μάρκετινγκ. Μην ξεχνάς είπαμε πάρα πάνω πως οι δύο πυλώνες πάνω στους οποίους θα κτισθούν οι επιχειρήσεις Νέου Τύπου είναι το Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και το Δικτυακό Μάρκετινγκ. Και πως ο συνδυασμός και των δύο προσδίδει μεγάλη δύναμη, εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος στην ανάπτυξη των δικτυακών επιχειρήσεων και ορμή.

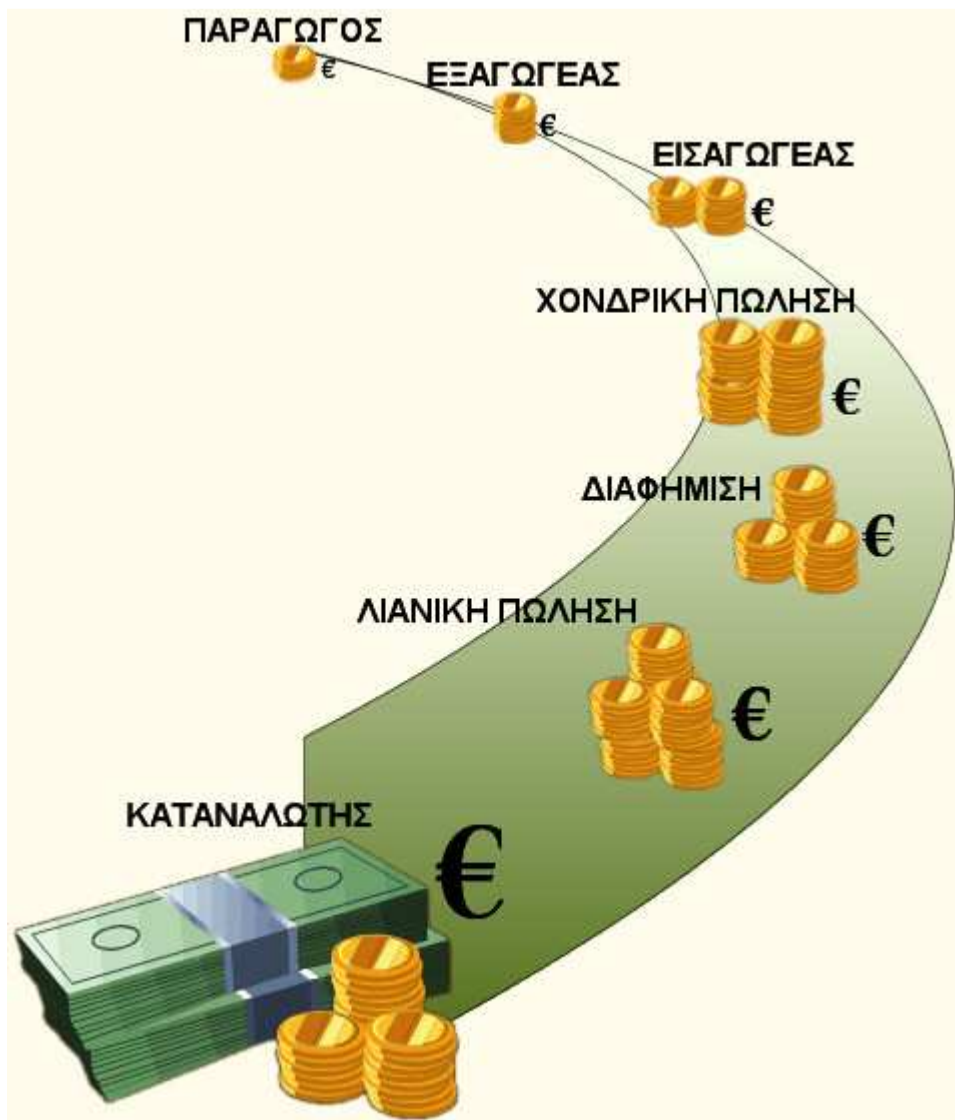
Σκεφθείτε λοιπόν. Η οικονομική κρίση αν ήδη δεν σας πλήττει, θα σας πλήξει άμεσα ή έμμεσα. Δράστε πριν από αυτό. Μελετήστε τις Νέου Τύπου Επιχειρήσεις του Δικτυακού Μάρκετινγκ. Ξεκινήστε μια μερικής απασχόλησης δικτυακή επιχείρηση ακολουθώντας τις 8 υποδείξεις. Η ανάλυση που έκανα συνδυάζει τις ιδιότητες μου του Οικονομολόγου, του Συμβούλου Επιχειρήσεων, και του Ενεργού Επιχειρηματία Δικτυακού Μάρκετινγκ. Έχει αξία να τις προσέξετε. Αν θέλετε κάποια βοήθεια σε αυτά, μην διστάσετε να μου γράψετε ένα μήνυμα [Emailme!](#)
. Το ίδιο αν θέλετε να μάθετε την δική μου προσέγγιση στο δικτυακό μάρκετινγκ

Τι είναι όμως το Δικτυακό Μάρκετινγκ;

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι μια “νέα ιδέα” που εκδηλώνεται παγκόσμια. Ο διεθνής όρος για το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι Multi Level Marketing (MLM). Η ιδέα γεννήθηκε τη δεκαετία του 1940, ενώ έγινε ένας καθ’ όλα νόμιμος τρόπος διανομής προϊόντων την δεκαετία του 1970. Αποτελεί έξυπνο τρόπο προώθησης

προϊόντων. Καθιστά τον καταναλωτή μέτοχο της εταιρείας που παράγει το προϊόν, που μπορεί πλέον και ο ίδιος να έχει οφέλη από την πώληση του προϊόντος.

Ας δούμε πώς είχε μέχρι τώρα το εμπόριο : ο παραγωγός παρήγε το προϊόν και συνήθως το διοχέτευε σε διάφορους μεσάζοντες, με αποτέλεσμα να αλλάζει πολλά χέρια και η αξία του να γίνεται δυσανάλογα μεγάλη σε σχέση με την ποιότητα του. Ας δούμε ένα ενδεικτικό σχεδιάγραμμα.



Η παραπάνω διαδικασία εξυπηρετούσε πολλούς, αλλά δεν εξυπηρετούσε πλήρως και τον καταναλωτή.

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ, αφ' ενός καταργεί την διαδικασία αυτή και κάνει τον καταναλωτή έναν “έξυπνο καταναλωτή”, ο οποίος πλέον δεν ξοδεύει μόνο, αλλά μπορεί να έχει οφέλη από την δική του κατανάλωση αγαθών. Ο παραγωγός, αφ' ετέρου, καθώς το προϊόν δεν φορτώνεται με περίσσιες επιβαρύνσεις μπορεί να φτιάξει ένα πραγματικά ποιοτικό προϊόν και να το διαθέσει σε πιο προσιτή τιμή. Οι ευχαριστημένοι καταναλωτές γίνονται διαφημιστές των προϊόντων αυτών και μπορούν να δημιουργήσουν μια δική τους επιχείρηση “πνευματικών δικαιωμάτων”. Όποιον συστήσουμε και βάλουμε στο δίκτυο μας, κάθε φορά που θα ψονίζει, η εταιρεία θα μας ανταμείβει γι' αυτό. Εδώ βλέπουμε ένα σύστημα πολλαπλασιασμού του εαυτού μας. Η διαδικασία αυτή δεν μας κάνει πωλητές αλλά ούτε και ντίλερ. Εμείς απλά μιλάμε για την εμπειρία μας από τα προϊόντα και τα οικονομικά οφέλη από την σχέση μας με την εταιρεία.

Δικτυακό Μάρκετινγκ



Εταιρείες δικτυακού μάρκετινγκ υπάρχουν πολλές, γι' αυτό και όποιος θέλει να ασχοληθεί πρέπει να προσέξει κάποια πράγματα ώστε η ενασχόληση του μ' αυτό να είναι μια ευχάριστη εμπειρία και ένας τρόπος για να απαλλαγεί από κάθε οικονομική στενοχώρια. Τα σημεία που πρέπει να προσέξουμε...

Για την εταιρεία με την οποία θα επιλέξουμε να συνεργαστούμε:

- Να έχει αρκετά χρόνια λειτουργίας.
- Να είναι ηγέτης στον χώρο.
- Να έχει διεθνή παρουσία.
- Σε κάθε ενέργεια της, πρωταρχικό ρόλο να έχει ο άνθρωπος και η φύση.

Για τα προϊόντα που παράγει:

- Να είναι φυτικά
- Να είναι αναλώσιμα, καθημερινής χρήσης.
- Να είναι εγκεκριμένα από τον αρμόδιο φορέα του κράτους.
- Να υπάρχουν συνεχώς προσφορές και ανταγωνιστικές τιμές.
- Να γίνονται επενδύσεις για επιστημονική έρευνα στα προϊόντα.
- Να μη γίνονται πειράματα σε ζώα.

Για εμάς τους συνεργάτες της:

- Να μη χρειαζόμαστε ποσά για εγγραφές και σεμινάρια.
- Οι στόχοι για την εξέλιξη μας να είναι βατοί.
- Να γίνονται σεμινάρια και η υποστήριξη από την εταιρία να είναι δωρεάν.
- Να έχει ένα δίκαιο πλάνο κατανομής των κερδών και πολλούς τρόπους επιβράβευσης.
- Να διαθέτει μια «ευκαιρία για όλους» άσχετα με το αν κάποιος ξεκίνησε χθες, ή ξεκινάει σήμερα το χτίσιμο της επιχείρησή του.

Αυτά είναι κάποια βασικά σημεία που πρέπει να προσέξουμε για να έχουμε μια ευτυχισμένη και επιτυχημένη πορεία μέσα στο Δικτυακό Μάρκετινγκ. Όλα τα παραπάνω στοιχεία τα πληρεί η Σουηδική πολυεθνική εταιρεία φυτικών καλλυντικών ORIFLAME.

Ένα άλλο σπουδαίο προσόν του δικτυακού μάρκετινγκ είναι η έλλειψη ανταγωνισμού, καθώς η βοήθεια στην εξέλιξη του μέλους που βάζουμε στο δίκτυο μας, μας οδηγεί ολοένα και ψηλότερα. Και το πιο μαγικό σ' αυτήν την επιχείρηση είναι ότι για να κερδίσεις εσύ χρήματα χρειάζεται να βοηθήσεις άλλους να κερδίσουν και αυτοί !!

ΑΠΟΚΑΛΥΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

Αποκάλυψη 1: Γιατί δεν μπορείς και εσύ;

Τα άτομα στην κορυφή αυτής της επιχείρησης είναι άτομα συνηθισμένα που έχουν γίνει ασυνήθιστα ισχυρά σε όρους σχέσεων και υλικών επιτευγμάτων. Οι κορυφαίοι σε επιτυχία προέρχονται από όλα τα χρώματα, σχήματα, μεγέθη, επίπεδα μόρφωσης και εργασιακές προϋπηρεσίες.

Το μεγαλύτερο μάθημα είναι πως αν μπορεί η γραμμή αναδοχής σου να φτάσει στην κορυφή, τότε μπορείς και εσύ.

Αποκάλυψη 2 "Εάν περπατά σαν πάπια, και μιλά σαν πάπια, πιθανώς να είναι πάπια"

Εάν πετάει σαν αετός και ενεργεί σαν αετός, τότε είναι αετός: Οι μεγάλοι ηγέτες της γραμμής αναδοχής σου ήσαν ακατέργαστα διαμάντια τα οποία επεξεργάστηκαν στη διαδρομή. Παρατήρησε τους προσεκτικά. Τι σου αρέσει περισσότερο σε αυτούς; Πως ντύνονται; Ποιοι είναι οι τρόποι τους; Πόσο ειλικρινείς και φιλικοί είναι; Πως επικοινωνούν με τους άλλους;

Τι μπορείς να μάθεις από αυτούς; Τι συνήθειες και ενέργειες μπορείς να συναγωνιστείς; Τι κοινά σημεία έχετε
Τι τους κάνει ξεχωριστούς;

Αποκάλυψη 3: Αντιμετώπιζε την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη σαν ίσης σπουδαιότητας χαρακτηριστικά

Όταν ξεκίνησα τη Δικτύωση με επιτυχημένους διανομείς του Δικτυακού Μάρκετινγκ, παρατήρησα κάτι πράγματι αποκαλυπτικό. Είχαν περισσότερη διασκέδαση στις συναντήσεις από ότι είχαν τα περισσότερα άλλα παραδοσιακά στελέχη εταιριών. Οι προσωπικές τους συνήθειες είχαν την τάση να είναι υγιέστερες. Τα παιδιά τους τους ακολουθούσαν στις περισσότερες εκδηλώσεις, και παρατήρησα ότι και αυτά εξέπνεε ένα θετικό κλίμα. Και το πιο σημαντικό βέβαια, ότι οι σύζυγοι αντιμετωπίζοντας σαν ισότιμοι συνεταίροι, μοραζόμενοι την αναγνώριση στις εκδηλώσεις και τα βραβεία. Αυτό είναι κάτι σπάνιο στον επιχειρηματικό κόσμο ή στον κυβερνητικό κόσμο. Η προσωπική ανάπτυξη που έχεις στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, με τους μήνες και τα χρόνια με άλλα άτομα που μοιράζεστε ίδιους στόχους και όνειρα, θα αξίζει περισσότερο από όλα τα υλικά περιουσιακά στοιχεία που θα αποκτήσεις μέσα από αυτό. Εάν μείνεις αφοσιωμένος και εμπλακείς σε ένα δίκτυο που σε καλλιεργεί , και ξοδέψεις ποιοτικό χρόνο με επιτυχημένα άτομα της αναδοχής σου, ποτέ δεν θα είσαι ο ίδιος ξανά. Σε ένα χρόνο το στυλ της ζωής σου θα έχει μια μόνιμη , θετική αλλαγή προς το καλύτερο. Αυτό από μόνο αξίζει κάθε απόρριψη και κριτική, κάθε συνάντηση που προσκαλείς και στην οποία εμφανίζονται μόνο 2-3 από όσους υποσχέθηκαν να έρθουν , και κάθε απογοήτευση και καθυστέρηση που θα γευθείς στην προσπάθεια; σου να κτίσεις το δίκτυο σου.

Αποκάλυψη 4: Η αξία πρέπει πρώτα να εσωτερικεύεται πριν πάρει υλική μορφή

Δεν έχω ποτέ συναντήσει κάποιο κορυφαίο δικτυωτή, που να μην ενδυναμώνει τις βασικές αξίες τους, διαβάζοντας τα καλύτερα βιβλία προσωπικής ανάπτυξης ή ακούγοντας τα καλύτερα ακουστικά προγράμματα σε διαρκή βάση. Τα άτομα που διαβάζουν περισσότερο είναι και αυτά που επιτυγχάνουν περισσότερο, άσχετα με το τι επάγγελμα κάνουν. Τα άτομα του Δικτυακού Μάρκετινγκ παίρνουν διαρκή

πνευματική τροφή από βιβλία και κασέτες. Βιβλία,κασέτες,newsletters,προγράμματα του computer,on-line υπηρεσίες και σεμινάρια, είναι τα εργαλεία τους για το κτίσιμο μιας αυτοκρατορίας στο μυαλό σου. Διάβαζε τα προτεινόμενα από την γραμμή αναδοχής σου βιβλία. Άκουγε όσα βιβλία υπάρχουν σε κασέτες ή υλικό που υπάρχει σε κασέτες στο αυτοκίνητο σου, όταν ασκείσαι ή κάνεις πράγματα που δεν απαιτούν την συγκέντρωση σου. Διάβαζε βιογραφίες ατόμων που ξεπέρασαν σημαντικά εμπόδια. Θα λάβεις έτσι αναμενόμενα αλλά και μη αναμενόμενα οφέλη. Δεν είναι μόνο καλύτερο να μαθαίνεις από τις εμπειρίες των άλλων παρά από τις δικές σου δοκιμές και λάθη, αλλά σύντομα θα ανακαλύψεις ότι βελτιώνονται οι επικοινωνιακές σου δεξιότητες, το λεξιλόγιο σου γίνεται πλουσιότερο και ο φόβος του κινδύνου και της απόρριψης εξαφανίζονται.

Αποκάλυψη 5: Να παρατηρείς τα άτομα στο βάθος του δικτύου σου

Επιπλέον της παρατήρησης της γραμμής αναδοχής σου για καθοδήγηση και ρόλους - μοντέλα, κατάλαβε επίσης ότι κάποιος στο βάθος του δικτύου σου έχει τη ν μεγαλύτερη δυνατότητα επιτυχίας από οποιοδήποτε άτομο στο δίκτυο σου. Ο David Ogilvy,έδινε σε κάθε επικεφαλής τμήματος της διαφημιστικής του εταιρίας μια κούκλα Μπαμπούσκα -την βαμμένη Ρωσική κούκλα με τις πέντε μικρότερες κούκλες που βρίσκονται στο εσωτερικό της. Το μήνυμα τους στο νέο στέλεχος που βρίσκονταν μέσα στην μικρότερη κούκλα έλεγε,

"Εάν προσλαμβάνεις άτομα μικρότερα από ότι είμαστε τότε θα γίνουμε ένας οργανισμός νάνων.Εάν προσλαμβάνεις άτομα μεγαλύτερα από ότι είμαστε τότε θα γίνουμε ένα οργανισμός γιγάντων".

Και αυτό πράγματι έγινε η εταιρία Ogilvy & Mather“Μία από τις μεγαλύτερες διεθνείς και πιο φημισμένες διαφημιστικές εταιρίες.

Βοηθώντας τον καθένα να γίνει επιτυχημένος, επιδεικνύεις το πιο επιτυχημένο γνώρισμα των ατόμων που έχουν αξιοθαύμαστες επιτυχίες. Τα οικονομικά οφέλη και ανταμοιβές είναι υποπροϊόντα αυτού. Η ομορφιά της δικτύωσης είναι ότι ποτέ δεν ξέρεις όταν βοηθάς κάποιον να επιτύχει , ποιο είναι η πραγματική δυναμική της σύνδεσης σου με αυτό το άτομο. Αντιο να προσπαθείς εγωιστικά να κτίσεις την αυτοκρατορία σου, βοηθάς τον καθένα που συναντάς να κτίσει τα δικά του όνειρα και

να λύσει τα προβλήματα του.

Σε μια βραδιά καταιγίδας πριν πολλά χρόνια, ένα ηλικιωμένο ζευγάρι μπήκε σε ένα ξενοδοχείο και ζήτησε ένα δωμάτιο.

"Λυπούμαι, τους είπε ο υπάλληλος της νυκτερινής βάρδιας, είμαστε γεμάτοι με ένα Συνέδριο .Κανονικά θα σας έστελνα σε ένα άλλο ξενοδοχείο που χρησιμοποιούμε σε τέτοιες περιπτώσεις , αλλά ξέρω ότι" ..και ξαφνικά σταμάτησε για ένα λεπτό και συνέχισε "Δεν μπορώ να φανταστώ να σας βγάλω πάλι έξω με τέτοιο καιρό.Μπορεί να μην είναι μια ακριβή σουίτα,αλλά μπορείτε να μείνετε στο δωμάτιο μου.Είναι καθαρό, εγώ θα μείνω εδώ, θα τελειώσω τη βάρδια μου, θα διαβάσω λίγο και θα δουλέψω στο γραφείο".

Οι έκπληκτοι ταξιδιώτες έδειξαν ότι ένιωσαν άβολα με την προφορά του υπαλλήλου , αλλά με ευγνωμοσύνη δέχθηκαν την προσφορά του. Όταν την άλλη μέρα ο άνδρας πήγε στη ρεσεψιόν για να πληρώσει το λογαριασμό του, ο υπάλληλος ήταν ακόμη εκεί και του είπε "Δεν υπάρχει καμία χρέωση,βλέπετε ζω εδώ διαρκών"

Ο ηλικιωμένος κύριος του απάντησε" Είσαι το είδος του ατόμου που ο κάθε ιδιοκτήτης ξενοδοχείου ονειρεύεται να έχει ως εργαζόμενο. Ίσως κάποια μέρα κτίσω ένα ξενοδοχείο για εσένα"

Πέρασαν λίγα χρόνια, και μια μέρα ο υπάλληλος του ξενοδοχείου - που ήταν ακόμη στην ίδια θέση- έλαβε μια συστημένη επιστολή από αυτό τον άνδρα που είχε εξυπηρετήσει. Τα σχόλια του ήταν εγκωμιαστικά για όσα συνέβησαν εκείνη τη βραδιά με την καταιγίδα. Τον προσκαλούσε να τον επισκεφθεί στην Νέα Υόρκη και του είχε μέσα στην επιστολή ένα εισιτήριο πηγαινε -έλα. Όταν ο υπάλληλος του ξενοδοχείου έφτασε μετά από λίγες μέρες συναντήθηκε με τον θαυμαστή του στην γωνία της Πέμπτης Λεωφόρου και της Οδού 34, που βρίσκονταν ένα θαυμάσιο νέο κτίριο.

"Αυτό -του είπε- είναι το ξενοδοχείο που έκτισα για να διοικήσεις εσύ"

"Δεν μιλάτε σοβαρά,έτσι δεν είναι'", απάντησε με έκπληξη ο υπάλληλος. "Κάποιο κόλπο θα υπάρχει.Γιατί εμένα , και ποιος είστε τελικά;"

"Ονομάζομαι William Waldford-Asoria και δεν υπάρχει κανένα κ'λπο σε αυτό . Είσαι το άτομο που θέλω να λειτουργήσει αυτό το ξενοδοχείο."

Το ξενοδοχείο ήταν το γνωστό πια Waldoford-Astoria και ο νεαρός υπάλληλος που δέχθηκε την [προσφορά να είναι ο πρώτος manager του ήταν ο Geroge C. Boldt.

Άσχετα από το ποιος είναι ο προσωπικός ή οικονομικός στόχος, ο στόχος καριέρας ή οποιοσδήποτε άλλος στόχος σας, γίνεται τέλειοι στο να βοηθάτε όσο περισσότερους ανθρώπους μπορείτε να επιτυγχάνουν. Ο μυστικός πλούτος στο Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι η ακεραιότητα των σχέσεων σας με τους ανθρώπους. Βοηθώντας τους άλλους να επιτυγχάνουν καθημερινά, η δική σας επιτυχία είναι εγγυημένη. Αυτό είναι το μεγαλύτερο μάθημα που πήρα ποτέ

ΝΑ ΕΙΣΤΕ Ο ΕΑΥΤΟΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΑΚΟ MARKETING

Εδώ θα ανακαλύψουμε το πως συνηθισμένοι άνθρωποι κτίζουν επιχειρήσεις Δικτυακού Μάρκετινγκ. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ, όπως και όλος ο κόσμος, έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τα τελευταία 60 χρόνια που υπάρχει. Από νέος κλάδος -που έδινε αγώνα για την επιβίωση του στα "εφηβικά" του χρόνια- μπαίνει τώρα στην ενήλική του ζωή -με τη νεανική του ορμή να τον χαρακτηρίζει ακόμη-αλλά και με πολύ σοφία σε αυτή του τη διαδρομή.

Στο παρελθόν ο εστιασμός του MLM ήταν κυρίως στη στρατολόγηση, είχε εξελιχθεί σε ένα "παιχνίδι αριθμών". Σήμερα η νέα εποχή και έμφαση του βρίσκονται στην συγκράτηση, στη διατήρηση δηλαδή των μελών των δικτύων. Βλέπεις,όσα περισσότερα άτομα παραμένουν στην ομάδα σου, τόσα λιγότερα διαρκώς χρειάζεται να στρατολογήεις. Αυτό με τη σειρά του σημαίνει ότι ο "τύπος πωλητή" χάνει το πλεονέκτημα που είχε παλαιότερα. Τώρα πια συνηθισμένοι άνθρωποι μπορούν να έρθουν στο προσκήνιο και να κτίσουν σημαντικές επιχειρήσεις, είτε για extra χρήματα, είτε για να αντικαταστήσουν τον μισθό τους, είτε για να κερδίσουν τέτοια εισοδήματα που θα τους επιτρέψουν να έχουν επιτέλους τον τρόπο ζωής που επιθυμούν.

Σε αυτή την ιστοσελίδα θα μαθαίνετε νέες ιδέες και νέους τρόπους για να κτίσετε μια δικτυακή επιχείρηση. Ελπίζω να βρείτε κάποιες από αυτές τις ιδέες ελκυστικές, εάν

μάλιστα αυτά που μέχρι τώρα κάνατε δεν σας έδωσαν τα αποτελέσματα που επιθυμούσατε, τότε ίσως είναι λογικό να αρχίσετε να κάνετε διαφορετικά πράγματα.

Όταν για πρώτη φορά ερευνήστε το Δικτυακό Μάρκετινγκ σαν μια σημαντική επιχείρηση που μπορείτε να κάνετε από το σπίτι, πως σας είδατε ε αυτό;

Ελευθερία;Απεριόριστο εισόδημα;Διασκέδαση;Ενθουσιασμό; Νέους φίλους;Επιχειρηματική ευκαιρία;

Άρα να συμπεράνω ότι επιδιώξατε κάποιο ή κάποια από αυτά;

Όμως, τώρα τι βλέπετε;

**Σκληρή δουλειά;Απόρριψη;Ελάχιστο εισόδημα;Λίγους φίλους;Πίεση;Άγχος;Αμφιβολία;
...Και κάποιος να κρατάει σβηστά τα φώτα εκεί στο τέλος του τούνελ;**

Τι έγινε λοιπόν;

- Μήπως σας είπαν ή σας εκπαίδευσαν να κάνετε κάποια συγκεκριμένα πράγματα για να κτίσετε την επιχείρηση, τα οποία ΑΠΛΑ ΔΕΝ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ;
- Μήπως σας εκπαίδευσαν ή σας είπαν ότι θα έπρεπε να ΛΕΤΕ πράγματα που απλά ΔΕΝ ΘΕΛΑΤΕ να λέτε;
- Μήπως ανακαλύψατε ότι η λεγόμενη επιχειρηματική εκπαίδευση σας έκανε να νοιώθετε μέσα σας ΑΒΟΛΑ;
- Όταν σκέπεστε να κάνετε την επιχείρησή σας , μήπως αυτό σας δημιουργεί περισσότερο άγχος από αυτό που παίρνετε καθημερινά από αλλού;
- Μήπως σας είπαν ότι η απόρριψη είναι μ.μέρος της δουλειάς μας και θα πρέπει να συνηθίσετε σε αυτή;
- Μήπως σας είπαν πως για πετύχετε θα πρέπει να βγείτε έξω από τη "Ζώνη Άνεσης " σας;

- Μήπως ανακαλύψατε πως πολλά από αυτά που ο ανάδοχος σας ή η γραμμή αναδοχής σας ή ακόμη η εταιρία σας σας λένε ότι πρέπει να ΚΑΝΕΤΕ στη δικτύωση, απλά δεν σας φαίνονται σωστά;

Αν ΑΥΤΑ ΣΑΣ ΣΥΜΒΑΝΟΥΝ...ηρεμείστε, δεν είστε οι μόνοι!!!Περίπου το 85% ή 8-9 άνθρωποι στους 10 λένε

"Αισθάνομαι τόσο άβολα με το Δίκτυακό Μάρκετινγκ..."

"Ορισμένες φορές παραλύω, γιατί απλά δεν ξέρω τι νοιώθω..."

"Το βρίσκω πολύ δύσκολο να παρακινηθώ..."

"Ξέρω τι πρέπει να κάνω, απλά δεν θέλω να το κάνω..."

"Νοιώθω τόσο απογοητευμένος..."

"Δεν νομίζω ότι θα συνηθίσω ποτέ την απόρριψη..."

"Αρχίζω να σκέφτομαι ότι μάλλον ήμουν βιαστικός που ασχολήθηκα με το δικτυακό μάρκετινγκ...."

Λοιπόν γιατί άραγε η πλειοψηφία των ανθρώπων σκέφτονται κατ' αυτό τον τρόπο;

Να ποια είναι η άποψη μου

ΕΙΝΑΙ ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΦΤΙΑΧΤΗΚΑΝ ΑΠΟ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΠΟΥ ΒΡΗΚΑΝ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΑ ΑΥΤΑ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΓΙΑ ΑΥΤΟΥΣ

Αγάπησαν αυτά τα πράγματα, που οι περισσότεροι από εμάς βρίσκουμε να είναι ΔΥΣΚΟΛΑ.

Στην πραγματικότητα βρήκαν αυτά τα πράγματα τόσο απλά που πείστηκαν ότι αυτός είναι ο ΜΟΝΟΣ τρόπος για να κάνεις την επιχείρηση και ξόδεψαν όλη τη ζωή τους προσπαθώντας να αλλάξουν οποιονδήποτε στην ομάδα τους ΔΕΝ ΗΤΑΝ ΣΑΝ ΚΙ ΑΥΤΟΥΣ.

Ξέρεις για ποιούς μιλάω. Ξεχωρίζουν σαν την μύγα μες στο γάλα!!!

Να το τι λένε (κυρίως είναι δε άνδρες. Κι αυτό το αναφέρω διότι κατά κανόνα ΟΛΟΙ οι επιτυχημένοι δικτυωτές είναι ΓΥΝΑΙΚΕΣ):

- Πρέπει να μιλάς σε 10 άτομα κάθε μέρα.
- Πρέπει να κάνεις μια λίστα 100 ανθρώπων και να μιλήσεις σε όλους.
- Πρέπει να φέρνεις καλεσμένους σε κάθε παρουσίαση επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- Πρέπει να πηγαίνεις σε κάθε σεμινάριο αν θες να μάθεις αυτή την επιχείρηση.
- Πρέπει να εισάγεις 5...που θα εισάγουν 5...που θα εισάγουν 5....
- Πρέπει να κάνεις με ολική απασχόληση αυτή την επιχείρηση όσο το δυνατόν συντομότερα.
- Πρέπει να αργαστείς σκληρά για να βγάλεις αυτά τα χρήματα.
- Πρέπει να τηλεφωνείς στα άτομα του δικτύου σου για να τα διατηρείς την υποκίνηση τους.
- Πρέπει να αφήσεις τη σταθερή δουλειά σου αν θες να απογειωθείς.
- Πρέπει να είσαι σοβαρός αν θες να βγάλεις λεφτά.

Νομίζω ότι πιάσατε το νόημα.

Όμως, δούλεψε κάποια από αυτές τις στρατηγικές για εσάς; Όχι, φυσικά. Γιατί δεν δουλεύει, βλέπετε, για τους **περισσότερους** ανθρώπους, τις **περισσότερες** φορές.

Και φυσικά δεν είναι το ότι δεν μπορούμε να τα κάνουμε αυτά. **Είναι το ότι δεν θέλουμε να τα κάνουμε.**

Αυτή η προσέγγιση δεν ταιριάζει καθόλου ΜΕ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΕΙΜΑΣΤΕ. Αυτή η προσέγγιση "επιτίθεται" στη διαίσθηση μας και ενοχλεί την ψυχή μας. Γιατί βαθιά στην καρδιά μας ξέρουμε πως δεν είναι σωστή.

Αυτές οι στρατηγικές εγγυώνται την αποτυχία για τους 9 στους 10 ανθρώπους που τις δοκιμάζουν. Και το παράδοξο είναι ότι το 15% που τις δημιούργησε, κατηγορεί το 85% που δεν τις εφαρμόζει, λέγοντας ότι είναι ανόητοι ή δεν έχουν δέσμευση.

Αυτό κι αν είναι τρελό!

Μη στηριχθείς όμως στα λόγια έτσι απλά Κοίταξε και γύρω σου.

Οι περισσότεροι άνθρωποι στην εταιρία σου είναι κολλημένοι σε ένα επίπεδο., κι αυτό συμβαίνει σε κάθε εταιρία. Η αποτυχία αυτών των χωρίς χρησιμότητα στρατηγικών και του κυρίαρχου τρόπου σκέψης που βρίσκεται πίσω από αυτές, είναι αυταπόδεικτη.

Όμως η αλήθεια είναι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι δεν θέλουν τα παρακάτω:

1. Δεν θέλουν να πηγαίνουν στις παρουσιάσεις επιχειρηματικής ευκαιρίας...ούτε καν στις συναντήσεις.
2. Δεν θέλουν να μάθουν, τα "μαθήματα" του προγράμματος αμοιβών....το πρόγραμμα του υπολογιστή που τα υπολογίζει αυτά κοστίζει πανάκριβα, γιατί τότε θα πρέπει να τα μάθουν κι αυτοί;
3. Δεν θέλουν "να πρέπει" να μιλάνε. σε 10 άτομα την ημέρα....το να πλησιάζουν αγνώστους δεν αρέσει στους περισσότερους.
4. Δεν θέλουν να "πρέπει" να ετοιμάζουν μια λίστα 100 ατόμων και να τους τηλεφωνήσουν. Ο καθένας αρνείται να κάνει κάτι τέτοιο ακόμη κι αν ανήκει στο 15%.
5. Δεν θέλουν να "πρέπει" να εργαστούν σκληρά... ήδη δουλεύουν σκληρά και δεν τους αρέσει.
6. Δεν θέλουν να είναι "σοβαροί"... θέλουν απλά να διασκεδάζουν και να είναι χαρούμενοι.
7. Δεν θέλουν να συνηθίσουν στην απόρριψη, δεν θέλουν καμία απόρριψη.
8. Δεν θέλουν να χάσουν τους φίλους τους...γιατί να χάσεις έστω κι ένα από αυτούς για χάρη οποιουδήποτε προϊόντος ή επιχειρηματικής ευκαιρίας;
9. Μα πάνω από όλα δεν θέλουν ΚΑΝΕΙΣ να τους λέει ΤΙ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ να κάνουν.Ούτε ο ανάδοχος, ούτε η γραμμή αναδοχής , ούτε η εταιρία τους Και ξέρετε ποιοι περισσότερο από όλου δεν θέλουν να τους λένε τι να κάνουν;Το 15% , που δίνει όλες τις εντολές!!!Τι έκπληξη!

Στη συνέχεια ανακάλυψα ότι να και όλοι οι κανόνες έχουν γίνει από το 15%, ΟΛΟΣ ο τζίρος-σχεδόν- πωλήσεων που δημιουργείται σε ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ δίκτυο, δημιουργείται από το 85% που μισεί όλους αυτούς τους κανόνες!!!

Όλοι αυτοί είναι άνθρωποι σαν κι εσένα, που παλεύουν μόνοι τους, σε πλήρη

σύγκρουση με τη διαίσθηση τους και με την κρίση τους και συχνά ενάντια στο τι τους λέει ο ανάδοχος, η γραμμή αναδοχής, η εταιρία τους και οι περισσότεροι εκπαιδευτές. Αυτό που έχουμε εδώ λοιπόν είναι μια μεγάλη ομάδα ΑΣΥΜΒΙΒΑΣΤΩΝ.

Είναι οι άνθρωποι που αγνοούν τους κανόνες και λειτουργού με άλλον τρόπο.

Ε΄ναι άνθρωποι ΑΚΡΙΒΩΣ ΣΑΝ ΚΙ ΕΣΕΝΑ που αισθάνονται ότι κολυμπούν διαρκώς ενάντια στο ρεύμα.

Αγαπούν το μονοπάτι...αγαπούν τον ποταμό...αγαπούν τη θέα...αγαπούν την ιδέα του Δικτυακού Μάρκετινγκ.

Αλλά ορισμένες φορές...είναι τόσο δύσκολο!

Δεν σας ακούγονται όλα αυτά οικεία; Σαν να τους γνωρίζετε τους περισσότερους προσωπικά;

Κι όμως ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ να γίνει με τον ΔΥΣΚΟΛΟ ΤΡΟΠΟ.Απο κανέναν. Δεν χρειάζεται οποιοσδήποτε να λέει αυτά που του λένε ότι πρέπει και να κάνει αυτά που του λένε καν κάνει. Δεν χρειάζεται να ακολουθήσετε τις πατημασιές κάποιου ή τους κανόνες του Μπορείτε να δημιουργήσετε τις δικές σας.

Δεν χρειάζεται να βγείτε από την Ζώνη Άνεσης σας για να πετύχετε.

Δεν χρειάζεται να κάνετε οτιδήποτε δεν θέλετε να κάνετε.

Ανακαλύψτε τον εαυτό σας...Ανακαλύψτε το πως να κάνετε το Δικτυακό Μάρκετινγκ να δουλέψει για σας.

6. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΟ ΣΠΙΤΙ

Πιθανόν να είναι κακή τακτική να ξεκινάμε με ένα κουίζ, αλλά για πλάκα, ας το κάνουμε έτσι κι αλλιώς. Μη στεναχωριέστε. Είναι πραγματικά εύκολο, είναι και multiple choice.

Ακούστε την παρακάτω δήλωση, μετά επιλέξτε τη σωστή απάντηση από τη λίστα στο τέλος:

«Στα περισσότερα μυαλά είναι μία "απάτη", μία "συνομοσία", κάτι αμφισβητήσιμο ή άδικο στην καλύτερη περίπτωση, ανήθικο και παράνομο στη χειρότερη. Πολλοί επίδοξοι θέλω-τη-δική-μου-επιχείρηση, επιχειρηματίες έχουν εξαπατηθεί δίνοντας τις οικονομίες μίας ζωής, απλά και μόνο για να δουν την εταιρία να πέφτει έξω, παίρνοντας μαζί και τα όνειρα τους. Πολιτικοί, regulators και τα μέσα ενημέρωσης-(ειδικά τα μέσα ενημέρωσης) φωνάζουν "ατιμία" κάθε φορά που ακούγεται το όνομα του. Οι εφημερίδες, τα περιοδικά, οι ειδήσεις και τα τοκ-σούου συχνά το ξεσκεπάζουν για το τι είδους απάτη που πρέπει να ξεφορτωθούμε είναι.

Μεγάλες εταιρίες που είχαν αναμειχθεί σ' αυτό, το αποκηρύσσουν για να μη γίνει γνωστό.

Υπάρχει ακόμα και μία κίνηση να κηρυχθεί παράνομο.»

Τώρα, μαντέψτε:

ποια από τις παρακάτω είναι η σωστή απάντηση;

α) Κάποια καρτέλ της τηλεόρασης

β) Τράστ και κρυφές συναλλαγές επιχειρήσεων

γ) Πολυεπίπεδο Μάρκετινγκ (MLM / network marketing)

δ) Κανένα από τα παραπάνω

Διαλέξατε α, β ή γ;

Λοιπόν,

πιθανόν να υπάρχει κάποια αλήθεια σ' αυτές τις επιλογές, αλλά καμία από αυτές δεν είναι η σωστή απάντηση.

Η αλήθεια είναι ότι πρόκειται για μία ερώτηση τρικ.

Η πραγματική απάντηση

«δ) Κανένα από τα παραπάνω»

ΗΤΑΝ σωστή σχεδόν 40 χρόνια πριν!

Τον καιρό εκείνο, αυτά ακριβώς ήταν που έλεγε ο κόσμος για μία επαναστατικά νέα επιχειρηματική αρχή που ονομαζόταν franchising (φραντσαίζινγκ).

Στις αρχές του '60, πριν τα McDonalds, η Pizza Hat και όλες οι άλλες επιτυχημένες εταιρίες φραντσαίζκαθιερώσουν το φραντσαίζ σαν μία νόμιμη βιομηχανία, όλα αυτά

τα αρνητικά πράγματα είχαν λεχθεί και γίνεισχετικά με το φραντσαίζ. Υπήρχε ακόμα και μία κίνηση

στο κογκρέσο να κηρύξουν το φραντσαίζ παράνομο.Και σήμερα...;

Σήμερα, πολλοί ειδικοί λένε ότι η βιομηχανία φραντσαίζείναι υπεύθυνη για περισσότερο από 50% όλων των αγαθών και υπηρεσιών που πουλιούνται και αγοράζονται στις Ηνωμένες Πολιτείες, αξίας ενός τρισεκατομμυρίου δολαρίων.

Όχι και άσχημα για κάτι που πριν μερικά χρόνιαείχε τη φήμη της "απάτης" και της "συνομοσίας".

Ας δούμε το φραντσαίζ από λίγο πιο κοντά.

Το φραντσαίζ πραγματικά ήταν μία επαναστατική επιχειρηματική αρχή, και είναι ακόμα.

Ρίξτε μια ματιά στις εναλλακτικές λύσεις:

80% από όλες τις μικρές επιχειρήσεις αποτυγχάνουνστον πρώτο τους χρόνο.

80% από αυτές που τα καταφέρνουν,δεν καταφέρνουν να επιβιώσουν για τα επόμενα πέντε χρόνια,κι από αυτές που το κάνουν,ακόμα λιγότερες διαρκούν άλλα πέντε.

Σκεφτείτε το:

με πόσες επιχειρήσεις συνεργάζεστε που βρίσκονται στην αγορά 10 χρόνια ή περισσότερα;

Όχι πάρα πολλές...

Το φραντσάιζ είναι ένας τρόπος για τον μικρό επιχειρηματία να αυξήσει τις πιθανότητες επιτυχίας.

Ένα φραντσάιζ αφαιρεί το μάντεμα στην επιχείρηση από την αρχή. Η εταιρία φραντσάιζ δημιουργεί μια ευκαιρία «με το κλειδί στο χέρι», μία ετοιμοπαράδοτη επιχείρηση,

ολοκληρωμένη, με προϊόντα και υπηρεσίες, εκπαίδευση, πωλητές, πολιτικές και διαδικασίες.

Σχεδόν ο καθένας με την επιθυμία και το αρχικό κεφάλαιο, μπορεί να ανέβει σ' αυτό το όχημα,

να γυρίσει το κλειδί και να ταξιδέψει στη λεωφόρο της επιχειρηματικής επιτυχίας.

Είναι πραγματικά ευφύες.

Δε χρειάζεται να ξέρετε όλα όσα χρειάζονται για το χτίσιμο ενός φραντσάιζ για να συμμετέχετε σε ένα. Η εταιρία φραντσάιζ έχει κάνει όλη τη δουλειά για εσάς. Εσείς απλά πληρώνετε το κόστος φραντσάιζ, χτίζετε ή νοικιάζετε ένα κατάστημα, το επιπλώνετε με τον εξοπλισμό που η εταιρία έχει είδη σχεδιάσει και δοκιμάσει με επιτυχία για εσάς, προσλαμβάνετε κόσμο και μετά πληρώνετε στην εταιρία ένα ποσοστό από τις πωλήσεις και τα κέρδη σας.

Μία ερώτηση:

Πόσο καλά πηγαίνουν τα φραντσαίζ;

Σύμφωνα με τους επικριτές, η αλήθεια είναι ότι το ένα τρίτο από όλες τις επιχειρήσεις φραντσαίζ αποτυγχάνουν. Ένα άλλο τρίτο ίσα-ίσα που καταφέρνει να επιβιώσει και μόνο ένα τρίτο βγάζει κέρδος.

Στην πραγματικότητα κάποιοι βετεράνοι του φραντσαίζ λένε ότι δεν μπορείς να κερδίσεις χρήματα στο φραντσαίζ σήμερα, εκτός κι αν κατέχεις πέντε ξεχωριστές μονάδες φραντσαίζ ή περισσότερες! Ακόμα κι έτσι, αυτός είναι ένας πολύ καλύτερος μέσος όρος από το 80/20 αποτυχία/ επιτυχία ποσοστό των τυπικών μικρών επιχειρήσεων.

Άλλη μια ερώτηση:

Πόσο κοστίζει το να αποκτήσεις ένα φραντσαίζ, σήμερα;

Α, εδώ είναι τα δύσκολα. Οι αμοιβές για φραντσαίζ κυμαίνονται μεταξύ \$1.000 και \$500.000. Η μέση αμοιβή σήμερα έρχεται "χαλαρά" γύρω στις \$100.000. Μπορείτε να πάρετε ένα φραντσαίζ Molly Maid ή Thrifty Car Rental με μία αμοιβή των \$17.500. Η Sir Speedy κοστίζει \$25.000. Και οι μεγάλοι, όπως τα McDonalds... καλά, ακόμα κι αν μπορούσατε να βρείτε ένα, Ξεχάστε το!

Είναι εκατομμύρια....

Τα πραγματικά άσχημα νέα είναι ότι δεν υπάρχει μόνο η αμοιβή. Επίσης έχετε να πληρώσετε για το κτίριο, τις εγκαταστάσεις, το αρχικό απόθεμα, κλπ, τα οποία όλα

μαζί μπορεί να φτάσουν τα εκατομμύρια ή περισσότερα. Η μέση τιμή εγκαταστάσεων είναι \$250.000! Όχι ακριβώς όσα μπορεί να αντέξει ο μέσος άνθρωπος.

ΕΠΙΠΛΕΟΝ, οι περισσότερες εταιρίες φραντσάιζ παίρνουν ένα ποσοστό από τις πωλήσεις σας, όχι από τα κέρδη, **ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ**, σαν προνόμιο τους. Είναι δύσκολο να αρχίσεις ένα φραντσάιζ σήμερα. Δεν είναι όπως παλιότερα που η βιομηχανία ήταν νέα και άγνωστη. Όπως και στα ακίνητα, το χρηματιστήριο και τις περισσότερες ευκαιρίες, τα πολλά χρήματα πηγαίνουν σ' αυτούς που μπαίνουν πρώις. Υπάρχει μεγαλύτερο ρίσκο και μεγαλύτερη αμοιβή.

Μόλις σιγουρευτούμε για κάτι, βλέπουμε ότι όλοι το κάνουν.

Σήμερα τα φραντσάιζ είναι αποδεδειγμένα κέντρα κέρδους. Αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο και είναι τόσο ακριβά. Πληρώνεις για να έχεις λιγότερο ρίσκο από ότι με το ξεκίνημα μιας τυπικής επιχείρησης, και πληρώνεις γιατί έχεις καθυστερήσει να μπεις επίσης.

Αλλά υπάρχει ένας τρόπος να έχετε τα χαμηλού έως καθόλου ρίσκου πλεονεκτήματα από ένα αποδεδειγμένο, αντιγράψιμο επιχειρηματικό σύστημα σαν το φραντσάιζ και συγχρόνως να απολαμβάνετε τις πλούσιες αμοιβές μίας πρωτοεμφανιζόμενης ευκαιρίας.

Ειλικρινά, στους περισσότερους από εμάς δεν περισσεύουν \$250.000 ή περισσότερα που χρειάζονται για να αποκτήσουμε μία επιχείρηση φραντσάιζ. Αλλά σχεδόν όλοι μας μπορούμε να αποκτήσουμε το επόμενο καλύτερο πράγμα. Και αυτό είναι ακριβώς για το οποίο σας μιλάω εδώ:

Το ΕΠΟΜΕΝΟ... ΚΑΛΥΤΕΡΟ... ΠΡΑΓΜΑ...

και αυτό είναι το **Δικτυακό Μάρκετινγκ**.

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ έχει πάρει την αρχή του φραντσάιζ, παρέχοντας σε ανεξάρτητους επιχειρηματίες μία έτοιμη, χαμηλού ρίσκου, αποδεδειγμένη, με το κλειδί στο χέρι, ευκαιρία ατομικής επιχείρησης, και έχει κάνει μερικές αξιοπρόσεκτες βελτιώσεις σ' αυτή.

6.1 Επένδυση Χαμηλού Κεφαλαίου Μικρό ή Καθόλου Ρίσκο

Πόσα χρήματα χρειάζεστε για να γίνετε ένας ανεξάρτητος επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ;

Συνήθως δεν υπάρχει αμοιβή για να αρχίσετε την επιχείρησή σας. Θα επενδύσετε κατά κανόνα μερικές εκατοντάδες δολάρια έως λίγες χιλιάδες για το κιτ πωλήσεων σας, εκπαιδευτικό υλικό και υλικό πωλήσεων και όλο το αρχικό σας απόθεμα προϊόντων που θα χρειαστείτε ποτέ.

Τα Πλεονεκτήματα και οι Φορολογικές Ελαφρύνσεις μίας Επιχείρησης με έδρα το σπίτι: Για τους περισσότερους που συμμετέχουν, το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι, έτσι δεν επιβαρύνεστε με το επιπλέον κόστος της απόκτησης ενός καταστήματος λιανικής.

Ο εξοπλισμός που χρειάζεστε για να ξεκινήσετε τη λειτουργία της επιχείρησής σας Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι απλός όσο ένα τηλέφωνο, ένα γραφείο και ένα ντουλαπάκι με συρτάρια. Και οι δυνατότητες για Φορολογικές Ελαφρύνσεις, έχοντας και λειτουργώντας μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι, είναι από τις τελευταίες δυνατότητες φορολογικών ελαφρύνσεων που μπορεί να έχει μία οικογένεια.

Όχι υπάλληλοι -; Εσείς έχετε τον έλεγχο

Σαν ένας επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ,είστε ένας ανεξάρτητος συνεργάτης,ο Γενικός Διευθυντής της δικής σας επιχείρησης.Δεν έχετε «υπαλλήλους». Οι άντρες και οι γυναίκες με τους οποίους συνεργάζεστε είναι επίσης Γενικοί Διευθυντές, έχοντας τη δική τους

ανεξάρτητη επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ.Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ δε σας ανήκει απλά η δουλειά σας,σας ανήκει η δική σας επιχείρηση. (Και σε αντίθεση με τους περισσότερους ελεύθερους επαγγελματίες,δεν ανήκετε εσείς στην επιχείρηση σας!).Έχετε τον πραγματικό έλεγχο της δουλειάς σας,και της ζωής σας.

Περισσότερες Επιλογές:Μερική Απασχόληση, Πλήρης Απασχόληση,Ταξίδια, Τοπική και Παγκόσμια Επιχείρηση

Κάθε επιχειρηματίας δικτυακού μάρκετινγκ είναι ένας εθελοντής: Δεν υπάρχουν «πρέπει».Είστε ελεύθεροι να εργάζεστε τις ημέρες και τις ώρες που θέλετε, όπου θέλετε, κάνοντας ότι θέλετε,και ίσως το πιο σημαντικό απ' όλα,είστε ελεύθεροι να επιλέξετε τα άτομα

με τα οποία θέλετε να δουλεύετε.

Αν και η πλειοψηφία των επιχειρηματιών Δικτυακού Μάρκετινγκ δουλεύουν με μερική απασχόληση,όλο και περισσότεροι άντρες και γυναίκες ασχολούνται μ' αυτό σαν μία πλήρης απασχόλησης καριέρα.Μερικοί εργάζονται αποκλειστικά από το σπίτι τους,άλλοι απολαμβάνουν τα ταξίδια σε άλλες πόλεις,ακόμα και σε άλλες χώρες,χτίζοντας τις επιχειρήσεις τους σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ολοκληρωμένη Επαγγελματική Υποστήριξη

Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, δουλεύετε για τον εαυτό σας,αλλά δεν είστε μόνοι σας. Η επιτυχία της εταιρίας Δικτυακού Μάρκετινγκ που ανήκετε,εξαρτάται από τη δική σας επιτυχία,είναι ο επαγγελματικός σας συνεργάτης,έτσι σας δίνει όλη τη δυνατή

υποστήριξη, σε κάθε σας βήμα.

Όπως θα έκανε και μία καλή εταιρία φραντσάιζ,μία καλή εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ σας παρέχει το προϊόν ή την υπηρεσία που θα προσφέρετε και επίσης ένα τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης,ανάπτυξη νέων προϊόντων,εκπαίδευση στον τομέα που εργάζεστε,υλικό πωλήσεων και διαφήμισης,ένα τμήμα υποστήριξης διανομέων και πολλά περισσότερα.

Σήμερα, κάθε εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ είναι φιλική με το Internet.Εσείς και η εταιρία σας είστε πραγματικά συνεργάτες σε μία ευκαιρία κέρδους-κέρδους. Ακούγεται απίστευτο;Είναι, αλλά υπάρχουν περισσότερα.Υπάρχει ακόμα ένας σημαντικός λόγος που το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι το επόμενο βήμα μετά το φραντσάιζ, και είναι ο λόγος για τον οποίο μερικές φορές ονομάζεται...

«Φραντσάιζ»

Όταν αγοράζεται ένα φραντσάιζ, αποκτάτε το δικαίωμα να προωθήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία που σας παρέχει η εταιρία στην αγορά.Είναι παρόμοιο με το Δικτυακό Μάρκετινγκ,με τη διαφορά ότι δε χρειάζεται να πληρώσετε την αμοιβή του φραντσάιζ ούτε το ίδιο αρχικό κόστος,δε χρειάζεται να έχετε ένα κατάστημα λιανικής και ειδικευμένο εξοπλισμό, δε χρειάζεται να προσλάβετε και να παρακολουθείτε υπαλλήλους και δεν έχετε γεωγραφικούς περιορισμούς στην περιοχή που μπορείτε να δουλέψετε.

Επίσης, δεν πρέπει να πληρώσετε ένα ποσοστό από τις πωλήσεις σας πίσω στην εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ,όπως πρέπει να κάνετε με το φραντσάιζ.Ακόμα περισσότερο, είστε ένας ανεξάρτητος συνεργάτης,εργάζεστε για τον εαυτό σας, όχι για την εταιρία.

Και σα να μην ήταν αρκετά εντυπωσιακά όλα αυτά,μία εταιρία Δικτυακού Μάρκετινγκ κάνει ακόμα ένα επαναστατικό πράγμα για εσάς.Σας δίνει τη δυνατότητα να προσφέρετε και σε άλλους την ευκαιρία να χτίσουν μία επιτυχημένη επιχείρηση!

Στο Δικτυακό Μάρκετινγκ, δεν αποκτάτε εισόδημα μόνο από την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών της εταιρίας σας (όπως στο φραντσάιζ), μπορείτε επίσης να αποκτήσετε εισόδημα από τις πωλήσεις που κάνουν τα άτομα που εγγράφετε στο δικό σας οργανισμό Δικτύου, άτομα που, σαν κι εσάς, έχουν τη δική τους ανεξάρτητη επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ.

Αυτός είναι ο λόγος που το ονομάζουμε φραντσάιζ. Και αυτό δίνει στο Δικτυακό Μάρκετινγκ

ένα από τα πιο δυναμικά και κερδοφόρα χαρακτηριστικά του: σας επιτρέπει να πολλαπλασιάσετε το χρόνο, το ταλέντο και την ενέργεια σας ώστε να κερδίσετε προμήθειες από τις πωλήσεις που κάνουν οι άνθρωποι που εσείς εισάγετε στην επιχείρηση.

Ο Άντριου Κάρνετζι, είπε κάποτε:

«Προτιμώ να παίρνω ένα τοις εκατό από τις προσπάθειες 100 ανθρώπων

παρά 100 τοις εκατό από τις δικές μου προσπάθειες.»

Και αυτό ακριβώς είναι, που σας επιτρέπει το Δικτυακό Μάρκετινγκ να κάνετε. Αυτό εξηγεί γιατί τόσοι πολλοί «συνηθισμένοι» άνθρωποι επιτυγχάνουν τόσο ασυνήθιστα αποτελέσματα

στο Δικτυακό Μάρκετινγκ. Η παραδοσιακές μέθοδοι πώλησης και διανομής βασίζονται σε λίγους, επιλεγμένους σούπερ σταρ των πωλήσεων, που ο καθένας καταφέρνει ένα μεγάλο

όγκο πωλήσεων. Το Δικτυακό Μάρκετινγκ είναι ακριβώς το αντίθετο: βασίζεται σε πολλούς ανθρώπους που καταφέρνουν ένα μικρό κομμάτι ο καθένας.

Γι' αυτό και ονομάζουμε αυτή τη μέθοδο:

«Το φραντσάιζ των ανθρώπων».

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ συνδυάζει με επιτυχία όλα τα κερδοφόρα οφέλη του φραντσάιζ,

ενώ εξαλείφει συγχρόνως τα μεγάλα μειονεκτήματα του.

- Δεν υπάρχει αμοιβή φραντσάιζ, επειδή είστε ένας ανεξάρτητος επιχειρηματίας Δικτυακού Μάρκετινγκ.
- Δεν πληρώνεται ποσοστά από τις πωλήσεις σας πίσω στην εταιρία.
- Δεν υπάρχουν προσλήψεις, απολύσεις ή διοίκηση υπαλλήλων.
- Δεν υπάρχει καμία από τις απαιτήσεις που σας τρώνε όλοτο χρόνο όπως μία δουλειά 7 ημερών την εβδομάδα, ή 15 ωρών την ημέρα λειτουργία καταστήματος λιανικής.
- Υπάρχει το δυναμικό πλεονέκτημα της προσφοράς υπέρ-υψηλής ποιότητας, μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών που καλύπτουν τις υψηλές απαιτήσεις των καταναλωτών και η μεγάλη αξία των ανθρωπίνων σχέσεων.
- Υπάρχει η ανεξαρτησία της επιλογής: επιλέγετε με ποιον, πότε, που και πως δουλεύετε.
- Υπάρχει η ελευθερία της επιχείρησης με έδρα το σπίτι και η πιθανότητα των φορολογικών απαλλαγών που προσφέρει.
- Υπάρχει ευελιξία στην επιλογή μερικής ή ολικής απασχόλησης, σύμφωνα με τη μοναδική κατάσταση στην οποία βρίσκεστε.
- Υπάρχει η δυνατότητα να πολλαπλασιάσετε τον χρόνο και την ενέργεια σας και να κερδίσετε εισόδημα από τις προσπάθειες των άλλων.
- Υπάρχει το εξαιρετικά περιορισμένο ρίσκο εκκίνησης που απαιτεί μόνο μερικές εκατοντάδες δολάρια.
- Υπάρχει η αποδεδειγμένη πιθανότητα ανταμοιβής τόσο με το εισόδημα που κερδίζετε όσο και

με συνεχιζόμενο εισόδημα, που μπορεί να κυμαίνεται από \$500 ή \$1000 έξτρα την εβδομάδα

μέχρι \$10.000, \$25.000 ή και περισσότερα.

· Είναι μια υπέροχη δουλειά και για το Internet επίσης. Όταν συνδυάζεται την τεχνική του Δικτυακού Μάρκετινγκ με την τεχνολογία του email και του web, μπορεί και να έχετε την πιο τέλεια επιχείρηση από όλες...

· Και τέλος, υπάρχει ακόμα η ευκαιρία για εσάς να είστε ένας από τους πρώτους που μπαίνουν

στη βιομηχανία, μία βιομηχανία που μόλις έχει ξεκινήσει τον κύκλο της ραγδαίας της ανάπτυξης...μία βιομηχανία που δημιουργεί επανάσταση στον τρόπο

που ο κόσμος αγοράζει και πουλά τα πάντα!

Δεν υπήρξε ποτέ καλύτερη στιγμή από τώρα για να κοιτάξετε σοβαρά το Δικτυακό Μάρκετινγκ. «Το φραντσάιζ των ανθρώπων» είναι μία εξαιρετική έννοια **και η ώρα του έχει έρθει, σήμερα!**

Τώρα είναι η καλύτερη ώρα να επενδύσετε στο Δικτυακό Μάρκετινγκ για να έχετε τα καλύτερα αποτελέσματα. Είναι σα να έχετε τη δυνατότητα να αγοράσετε χρυσό με \$49 το κιλό!

Βρείτε σήμερα το χρόνο να ελέγξετε τα πλεονεκτήματα που θα έχετε χτίζοντας τη δική σας επιχείρηση Δικτυακού Μάρκετινγκ. Είναι μία άμεση και απλή, με χαμηλό ρίσκο επένδυση, και υπόσχεται να σας επιστρέψει τις πιο εκπληκτικές ανταμοιβές που μπορείτε να φανταστείτε.

7. Αμερικάνικες MLM εταιρίες

1)

<http://www.ecomates.com/>

ECOMATES™

Login

Home About Us Opportunity Products Our Cause Enroll

SHIFT INTO GREEN...

ECOMATES™

ethos^{FR+}
NEW AND IMPROVED FORMULA

INTRODUCING:
ethos^{HS}
HOME & SHOP FORMULA

OPPORTUNITY PRODUCTS PLANT A TREE TESTIMONIALS

© 2010 ECOMATES™ All Rights Reserved | Terms of Use | Policies and Procedures | Privacy Policy | Refund Policy | Contact Us | Live Chat Support

2)

<http://www.acaipius.com/>

member's login Welcome to 's Website!



Home | Products | Opportunity | Company | Join Now | Preferred Customer



TriUnity's MyGlobalPayLine Now Launching into 200 Countries
World-wide - Everyone Joining Goes Under You!

Fitness Magic™



**Losing Weight Has
Never Been This Easy
Or So Much Fun!**

**Whether you want to lose weight,
make money - or both,
Fitness Magic Works!**



He's The World's #1 Winning Athlete He played and beat...

The Miami Dolphins, Pittsburg Steelers,
Washington Redskins, New England
Patriots, Baltimore Orioles with Cal
Ripkin & Jim Palmer, many more,
and he Drinks...
White Lightning Energy Drink!



**100% Organic - All Natural
Super High ORAC
Superfoods**

100 + Juices, Fruits,
Berries, Veggies Enzyme
Blend, Spirulina,
Resveratrol, Polyphenols,
Green Superfoods, Plus
Mega Daily Multi-Vitamins
All In One!



**Live Life!
Feel Great!
Earn More!**



find out more here!



Experts Agree

Fitness Magic could be
the Next Billion Dollar Product
(click here to learn more)

Business Opportunity

Our opportunity speaks for itself.



3)

<http://www.goldshieldelite.com/>

The screenshot shows the Goldshield Elite website. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Company, Rewards Program, Products, Express Pay Plan, Forms / Price Lists, and Members Only. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'NEW & IMPROVED FAST START BONUS' section with an image of money and a link to 'our products'. Below that is a 'become a member' section with a link to 'CLICK HERE FOR EXPRESS PAY PLAN BROCHURE'. In the center, there is a large advertisement for 'ALOE PLUS CRANBERRY Concentrate' with an image of the product bottle and fresh aloe leaves. To the right of the bottle, there is a 'NEW & IMPROVED FAST START BONUS' section with an image of money and a link to 'our products'. Below that is a 'become a member' section with a link to 'CLICK HERE FOR EXPRESS PAY PLAN BROCHURE'. At the bottom of the main content area, there are three buttons: 'MEMBER LOCATOR', 'SUCCESS STORIES', and 'CLICK HERE THE APPESAT OPPORTUNITY'. The footer contains the copyright information: 'Copyright © 2005 Goldshield Elite © All Rights Reserved.'

4)

<http://www.acninc.com/>

The screenshot shows the ACN website. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Opportunity, Company, Products, and Join. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'TRUMP ACN' section with a link to 'Hear why Donald Trump is so inspired!'. Below that is a 'See the person you're talking to with ACN's newest revolutionary Video Phone' section with a link to 'More About ACN's IRIS V Video Phone'. Below that is a 'Your Online News Source' section with a link to 'Bring ACN TV to Life'. Below that is an 'ACN's new interactive online e-Magazine' section with a link to 'May 2010'. On the right, there is a large advertisement for 'right now!' with a link to 'Learn more...'. The footer contains the copyright information: '© 2010, ACN Inc.' and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube.


5)

<http://www.agel.com/>

United States English Member Login

COMPANY PRODUCTS OPPORTUNITY EVENTS NEWSROOM ENROLL

agel



AGEL LAUNCHES A NEW PREFERRED CUSTOMER PROGRAM.

[Click here to find out more.](#)

AGEL WORLD VEGAS
Sept. 24-26

FLX
The Power of Four
Learn more about these powerful ingredients.

GRN
CLEANSE, DETOXIFY, & SUPPORT YOUR DIGESTIVE SYSTEM.
Learn more about Age's latest creation.

© 2009 Agel Enterprises. All rights reserved.

Member of Direct Selling Association

6)

<http://www.amegaworldwide.com/>

AMEGA GLOBAL

GLOBAL HOME COUNTRY ▾ LANGUAGE ▾ BA LOG IN **Go**

HOME COMPANY PRODUCTS OPPORTUNITY NEWS ENROLL

Welcome To Amega Global..

A Selfcare Approach For Total Wellness

PLAY VIDEO

Approach For Total Wellness
Conscious life is the experience of quantum reality.
[read more...](#)

BREAKTHROUGH PRODUCTS
Health, Prosperity, and Total Wellness await.
[watch video...](#)

LIVING THE AMEGA WAY
Life the way Nature intended.
[read more...](#)

Contact | FAQ | Disclaimer |
Singapore | Malaysia | Philippines | India | UAE | Indonesia | Australia | Taiwan | UK | USA | Kenya | Hong Kong
©2010 Amega Global. All Rights Reserved | Terms and Conditions | Policies and Procedures

7)

http://www.amsoil.com/

AMSOIL
The First In Synthetics®

Motor Oil Diesel Oil Motorcycle Oil PowerSports Oil Gear Lubes Transmission Fluid Hydraulic Oil Compressor Oil Grease

AGGRAND

HOME ONLINE STORE WHAT'S NEW RACING COMPANY INFO OPPORTUNITIES CONTACT US FIND AN AMSOIL DEALER NEAR YOU

The Original Synthetic Motor Oil

Account Zone
Login To Your Account
Create A New Account
First Time Logging In
Forgot Password?

Online Store
Checkout
View Shopping Cart
Shipping Information

Account Information
Preferred Customers SAVE!
Dealership Information
FREE Online Catalog

Other Links
Racing Blog
Events Blog
Event Sponsorships
Testimonials
FAQs

Product Selection
I Need Products For...
Select Vehicle Type
-- Select Year --
-- Select Make --
-- Select Model --
-- Select Engine --
How to find your engine code:
[Search](#)

Featured Products
 TORC Racing Live [Watch](#)
 Quickshot SE [Buy Now](#)
 Synthetic Motorcycle Oils [See All](#)

Online Store

PRODUCT LOOKUP GUIDES
Auto and Light Trucks
PowerSports Lookup
Small Engine Lookup
TRICO Heavy Duty

FILTER LOOKUP GUIDES
Vintage Vehicle
Heavy Duty Lookup

OIL COMPARISONS
Motorcycle Oil
Motor Oil
Gear Lube
Performance Tests

CROSS REFERENCE GUIDES
Master Filter Cross
NGK Plugs and Wires

INSTALLATION INFO
By-Pass Filters
WIX Cabin Air Filters
MANN Cabin Air Filters

MISCELLANEOUS
Drain Interval Chart
Gear Lube Chart
Two-Cycle Chart
MSDS Sheets

Headlines
Why AMSOIL? Save Money Fuel Economy Environment

[EaO13, EaO09, EaO10 and EaO57 Change Intervals](#)
[Read Information About the AMSOIL Study of Motorcycle Oils](#)
[NEW AMSOIL Information Series Video - "52/52 Performance Tuning" 06/16/2010](#)
[Products for Marine Powersports](#)
AMSOIL Events Blog: [AMSOIL Street Rodder Road Tour Update: Woody's Hot Rodz Tour](#)
AMSOIL Racing Blog: [TORC Series Presented by AMSOIL Opens Saturday](#)

AMSOIL ALSO OFFERS
MANN FILTER Donaldson Injen WIX NGK MOTHERS TRICO Oil Analyzers ALTRUM AGGRAND

Order Fax Line: (715)392-5225 ISO 9001:2008 Certified Product Technical Services: (715)399-TECH

[AMSOIL Warranty](#) | [AMSOIL Racing](#) | [Clothing & Promotional Items](#) | [FAQs](#) | [AMSOIL Privacy Policy](#) | [Satisfied Customers](#) | [Site Map](#) | [Oil Analysis](#) | [Contact Us](#)
Copyright 1998-2010 AMSOIL INC. All rights reserved.

8)

<http://shop.beauticontrol.com/>

BEAUTICONTROL. SKIN CARE E-PROFILE | FIND A CONSULTANT | OPPORTUNITY | HOST A SPA | Search >>

shop in Canada | En Español MY ACCOUNT | LOG IN

SKIN CARE BATH & BODY COLOR MEN'S WHAT'S NEW SPECIALS GIFTS

MAKE SUMMER Beautiful FOR YOU AND WHO

I ♥ Summer SALE

Purchase select summer products in June and BeautiControl will donate a portion of the proceeds to the W.H.O. (Women Helping Others) Foundation.

SAVE 15% JUNE 1-30

Shop >

BeautiControl makes it easy to make money selling products you love.

Learn More >

Earn **FREE GIFTS** Just for **HOSTING** a SPA!

Learn More >

Connect with Us

beauticontrol
CHAIN OF CONFIDENCE
ENLIGHTEN. EDUCATE. EMPOWER.

ABOUT BEAUTICONTROL
CONTACT US
PRIVACY POLICY
RETURN POLICY
BEAUTICONTROL CANADA

FIND A CONSULTANT
OPPORTUNITY
HOST A SPA
SUCCESS STORIES
CONSULTANT LOGIN

W.H.O.
FOUNDATION
Women Helping Others

BEAUTICONTROL. ©2010 BeautiControl, Inc. Terms of use restricted.

9)

http://www.bign.com/

TEAM NATIONAL
PROVIDING VALUE, INSPIRING DREAMS | Since 1997

Home Events BigNav Login

For a Team National representative in your area click here

WELCOME TO TEAM NATIONAL

[About Team National](#) •
[Industry Overview](#) •
[DSA](#) •
[Team National Newsletter](#) •
[Contact Us](#) •

TEAM NATIONAL MISSION
Team National goal is to enrich the lives of our independent marketing directors and our corporate staff, by providing the vehicles for continued growth and everyday savings. We believe in unleashing the entrepreneurial spirit and encouraging honor, integrity and character in all aspects of life and business.

WHO WE ARE

- MEMBERSHIP SAVINGS
- OVER 20 DIFFERENT INDUSTRIES
- FACTORY DIRECT PRICING

HELPING PEOPLE SAVE | HELPING PEOPLE EARN

CLICK PLAY TO LEARN MORE

WHAT OUR COMPANY DOES.
Team National provides membership savings with a wide variety of products and services in over 20 different industries. We provide businesses and families value and factory direct pricing in home furnishings and more. We reduce the costs of products and services for our customers and members. In addition, we offer an industry leading compensation program for those that choose to market our memberships. We are different, we have the complete solution. Join us and save money on items you would normally purchase, and earn money sharing the savings concept.

Grand Opening
Celebration of our new Corporate Headquarters

ACCREDITED BUSINESS
 LISTED
 DOBBS FRANCHISE 500 GOLD PROFILE

Team National News

June 11, 11:02 AM
TNPR - 2010 Celebration Tour Continues in Denver, CO ...6/26
 DENVER, CO – The high energy of the 2010 Celebration Tour continues with the next stop on Saturday, June 26, in Denver, CO. Online registration is now available. Double Platinums Rich & Mona Dubois, along with a host of Team National

Success Stories

"Team National Success stories told by our top producers. They have soared above and beyond the rest. Learn more about them and join their success!"

Team National Time Line

1997
 Dick Loefer develops a company to provide benefits and services to a direct selling company based in Atlanta. Dick's skilled leadership and business knowledge was the driving force behind the tremendous growth.

Terms & Conditions | Privacy Policy | Copyright © 2009, Team National

10)

http://www.nuskin.com/en_US/home.html

NU SKIN. THE DIFFERENCE DEMONSTRATED™

CHOOSE LANGUAGE | HELP | CONTACT | YOUR CART (0) | MY ACCOUNT

Hello, (Log in to your account.)

READY TO SIGN UP? GET STARTED

PEOPLE PRODUCTS CULTURE OPPORTUNITY

Search

TRU FACE® ESSENCE ULTRA

KEEP YOUR AGE A MYSTERY PHOTO CHALLENGE

learn more

AGELOC™ TRANSFORMATION

Limited Time Summer Promotions

shop now

Promotions

Making the most of your efforts

learn more

Convention 2010

register now

The Source

Be in the Nu Skin know.

learn more

Company | Media Center | Investors | Site Map | Legal | Careers | The Source | DSA | BBB

Nu Skin Worldwide

11)

<http://www.bodywise.com/Corporate/BW/main.php>

BODY WISE® for every body · every day

HOME | EVENTS | SHOP NOW | CONSULTANT LOGIN

THE COMPANY

LEARN MORE

THE BUSINESS

LEARN MORE

THE PRODUCTS

LEARN MORE

SUCCESS STORIES

LEARN MORE

HOME | PRIVACY POLICY | CONTACT US | JOIN NOW

© 2009 Body Wise International. All Rights Reserved.

DSA DIRECT SELLING ASSOCIATION MEMBER

BW TRANSFORMATION CHALLENGE

DTBS DARE TO BE SLENDER

PSN PHILIPPI SPORTS NUTRITION

YOUTUBE

FACEBOOK

20 YEARS Trust Quality Results


[ABOUT US](#)
[RELIABILITY](#)
[SERVICES](#)
[CLIENTS](#)
[CONTACT US](#)

Twenty years ago, telephones were used simply for person-to-person calling. Users paid their bills, phone companies made a profit and that was the end of the story. We pioneered the use of the telephone for e-commerce. We set up toll lines and began providing near real-time horseracing results, up-to-the-minute sports scores, lottery results and more. Joint ventures followed with media giants like Gannett Publishing (USA Today), Tribune Media which private labeled these services. This led to new revenue streams, new ways to connect with customers, and the rest, literally, is history or more accurately, the future.

Taking telephony to the next level.

Today, Champion Communications continues to take telephony to a new level - with new technologies, new capabilities, and new opportunities. We are still the largest provider of horseracing, and lottery results. We still offer these services under private label to newspapers and racetracks. However, our services go well beyond that. In fact, right now we are helping advertisers build brands, facilitate promotions, and manage customer inquiries. We are assisting political candidates with mass calling drives. We are helping banks automate the retail check verification process and that is just the beginning.

History

Champion Communications is one of the most respected service bureaus and information providers in the nation.

Champion was founded in 1989 as National Raceline, Inc. to provide racehorse owners, breeders and racing enthusiasts with a near real time method of obtaining race results from tracks across the nation. Callers have a choice, in most cases of hearing, in addition to the results, the full race or the actual stretch calls of the races in which they have interest. This form of sports information naturally evolved into a second information product, the "National Sports Line," which was continually updated and gave "up-to-the-minute" national and international results and news of US sports. From the modest beginning, Champion joint ventured their programs with such media industry giants as USA Today (and parent company Gannet Publishing), Tribune Media, Fox Network, News America, The Weather Channel and official lottery number for eight state lotteries, etc..

Champion then expanded it's horizons and became a service bureau for other companies, both entrepreneurial and Fortune 500, completing and providing programs for clients such as the State of New York, OTB, Yahoo, Telemundo, Carolina Power & Light, New York Racing Association, CITGO, Pennzoil, McDonalds, National Parkinson Foundation, Paralyzed Veterans of America, California Department of Justice, Branch Bank and Trust, etc. Consequently, in a little over four years, Champion Communications became and remains to this day the largest information service bureau and "900" provider in the United States.

© 2010 All rights reserved.

[About Us](#) | [Reliability](#) | [Services](#) | [Clients](#) | [Contact Us](#)

CHAMPION COMMUNICATIONS, LTD.
1801 South Federal Highway, Suite 300
Delray Beach, FL 33483
800 900 7223

[Home](#) | [About Us](#) | [Payment Solutions](#) | [Credit Card Processing](#) | [Callback](#) | [VoIP](#) | [Direct Dial](#) | [Travel Card](#) | [Contact](#) | [Login](#) | [Register](#)

Name: || Email: || [Join Clubvivanet Now](#)

Club Vivanet Inc.

your world of opportunities



Payment Solutions



We provide a full range of payout solutions worldwide. This allows quicker access to payroll and commissions by receiving automatic payment to debit card or to an internet bank account anywhere in the world...[Read more](#)

Online Ticketing



Venues and Events worldwide can now use our advanced ticketing software to deliver a seamless process for your customers to purchase tickets online from anywhere in the world...[Read more](#)

Company News

Wednesday, December 17, 2008
[Club Vivanet, Inc. Signs Agreement to Allow Merchant Processing for Int. Businesses.](#)

Wednesday, October 15, 2008
[Club Vivanet, Inc. to Acquire Ticket Inspector.com LLC.](#)

Monday, September 22, 2008
[Club Vivanet, Inc. Implements U.S. Debit Card and Payment Solution.](#)

Tuesday, September 16, 2008
[Club Vivanet, Inc. Acquires License for Payment Platform.](#)

Tuesday, September 09, 2008
[Vision of Worldwide Business Opportunities.](#)

Thursday, September 04, 2008
[Regional and Country Director Programs.](#)

Wednesday, September 03, 2008
[Club Vivanet-Management Team.](#)

Tuesday, August 26, 2008
[Club Vivanet, Announces Stock Reorganization Plan.](#)

Callback Service



Make a call from anywhere in the world to anywhere else in the world at very low rates... [Read more](#)

VoIP Service



Club Vivanet provides you with a VoIP solution for various wholesale and retail settings...[Read more](#)

Credit Card Processing



C.C.P. provides your business all it needs to start accepting credit cards today including a merchant account and the proper processing equipment...[Read more](#)

VivaFundraiser



Simply by joining, these organizations enable their supporters to donate to them monthly, while they do their required daily shopping...[Read more](#)

Direct Dial



For the customer who wants international calling from the U.S. with great rates and no fees, this is the service to use for low cost calling anywhere on earth...[Read more](#)

Travel Card



Travel Card is very convenient because it allows you to make international calls through accessing a toll free number in over 40 countries...[Read more](#)

Presidents Tour




[Terms Of Use](#) | [Privacy Statement](#)
 Copyright 2009 by DotNetNuke Corporation

14)

<http://www.commissionriver.com/>

commission river

The future of affiliate marketing is here.

home publishers advertisers xml plug-ins programs about us management news contact

Comparison shopping results delivered to your own web site.

SEEN ENOUGH? SIGN UP NOW!

Complete the form below to begin your journey as a Commission River affiliate and to get your XML price comparison shopping tools!

First Name
Last Name
Company
Email Address

MORE INFO CONTINUE SIGN UP

Commercial Telecom Comparisons
Residential Triple-Play Comparisons
Int'l Long Distance Rate Comparisons
VoIP Plans Comparisons
Cellular Plan Comparisons

"Most affiliate programs only provide you with links and banners and a back office to track your sales. But Commission River offers free personalized professional quality web sites and a comprehensive agent support and training program to help you build a business from scratch."

Chris Williams, Tampa, Florida

Featured Advertisers

1&1
RingCentral
8x8, Inc.
Sprint
COX COMMUNICATIONS
Telarus
GoDaddy.com
T-Mobile
PHONE POWER!
verizon wireless

affiliate program publishers advertisers contact terms privacy sitemap links

© 2010 Commission River, Corp., all rights reserved.

15)

http://www.discoverytoysinc.com/web/guest/home

The screenshot shows the Discovery Toys website home page. At the top left is the logo "discoverytoys" with the tagline "teach. play inspire." and a search bar. A navigation menu includes "Home", "Business Opportunity", "Hosting Opportunity", "Company / News", "Catalog", and "Shop Online". The main content area features a large red banner with the text "Great learning toys all summer long... at 'Summer Your Fun' savings!". Below this are two circular buttons: "Host a DT party TODAY!" and "Join us TODAY!". A smaller section highlights a "HOT NEW PRICE!" for "Hydroblast" toys, offering a "\$5" savings. To the right, a child is shown playing with a colorful toy. A large red box on the right says "dt summer sale". Below the main banner is a row of three links: "dt parenting guide", "dt business opportunity", and "dt hosting opportunity", each with a corresponding image and a "learn more" button. On the far right, a box for the "June 1 - July 18 summer sale" includes "US" and "Canada" tabs. The footer contains a list of links: "Parenting Guide", "Site Map", "Contact Us", "Terms and Conditions", "Privacy Policy", and "DT Policies", followed by a copyright notice for 2009 Discovery Toys, LLC.

Dubli
FUN SHOPPING

Portal: Language: English

Xpress Unique Bid Shopping

Signup | Login: Email address

Dubli.com > All

Categories

- All (153)
- Gift Cards (78)
- Computer & Acc. (10)
- Cellulars & Navigation (10)
- Household (12)
- Game Consoles (8)
- TV & Movies (2)
- Audio (14)
- Photo & Camcorder (5)
- For Her (10)
- For Him (1)
- For Kids (3)
- Australia & NZ (31)

Search key

or

Choose manufacturer

PRICE Guarantee

NEW CUSTOMER Bonus

CHARITY Mission

Service

[Login](#)

[Forgot your password?](#)

[How does it work?](#)

[Shipping costs](#)

[Newsletter](#)

[Currency calculator](#)

We start at the lowest price on the market - From there it goes ...

... down, down, down!

REGISTER NOW

How does it work?

LEARN HOW XPRESS WORKS

Play Short Animation

Read More

Testimonials

Nikon D5000 with AF-S18-55 VR
Value: \$782.99
Sold for: **\$705.50**

[Show all testimonials](#)

Completed auctions

Recent savings of others

ASUS Eee Seashell 1005PE-PU17-BK 10.1-Inch Netbook

auction completed
Value: \$369.00
Sold for: \$350.50
Saved 5%

\$100 MasterCard Gift Card

auction completed
Value: \$100.00
Sold for: \$16.00
Saved 84%

Samsung P2370HD 23-Inch LCD TV Monitor

auction completed
Value: \$280.00
Sold for: \$261.50
Saved 6%

Apple iPod touch 32GB (3rd Generation)

auction completed
Value: \$262.54
Sold for: \$92.25
Saved 64%

\$200 American Express Gift Card

auction completed
Value: \$200.00
Sold for: \$179.50
Saved 10%

MARC JACOBS Daisy Fragrance Set

auction completed
Value: \$85.00
Sold for: \$70.50
Saved 17%

Apple iPod Nano 16 GB Purple 5th generation

auction completed
Value: \$150.54
Sold for: \$126.25
Saved 16%

Current auctions

Apple Magic Mouse, Multi-Touch and Laser Technology

Your current price: ???
Value: \$87.00
[More details](#)

DeLonghi DC614T Esclusivo

Your current price: ???
Value: \$56.00
[More details](#)

Dyson DC23 Motorhead Vacuum Cleaner gray

Your current price: ???
Value: \$599.00
[More details](#)

Bass Pro Gift Card \$300

Your current price: ???
Value: \$300.00
[More details](#)

\$100 Saks Fifth Avenue Gift Card

Your current price: ???
Value: \$100.00
[More details](#)

\$100 Bloomingdales Gift Card

Your current price: ???
Value: \$100.00
[More details](#)

\$50 Maggiano's Little Italy Gift Card

Your current price: ???
Value: \$50.00
[More details](#)

JCPenny \$100 Gift Card

Your current price: ???
Value: \$100.00
[More details](#)

Artisan Kitchenaid Stand Mixer in black

Your current price: ???
Value: \$270.00
[More details](#)

Payment of Gym Membership Fees for 1 Year - up to \$600

Your current price: ???
Value: \$600.00 (~AU \$591.00)
[More details](#)

\$25 Rock Bottom Gift Card

Your current price: ???
Value: \$25.00
[More details](#)

DeLonghi Magnifica ESAM3300 Coffee Maker

Your current price: ???
Value: \$760.00
[More details](#)

Page: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 2

[Show all auctions](#)

[Show all completed auctions](#)

SECURE SSL
SECURITYMETRICS PCI Certified
DHL
FedEx
ups
wirecard

[Imprint](#) [Privacy](#) [Terms & Conditions](#) [Fees](#) [Contact](#)

© 2010 DUBLI.COM, LLC

17)

<http://www.eniva.com/>

18)

<http://www.unicity.net/usa/>



Established in 1967

The Finest Quality Health, Wellness and Elegant Lifestyle Products

[Spanish !\[\]\(4bc17f06788033d9b8b3ff4b2e7856e6_img.jpg\)](#)

CARICO IS FOREVER

COMPANY

OPPORTUNITIES

HEALTHY PRODUCTS

ELEGANT PRODUCTS

BRIDAL BENEFITS

CUSTOMER SERVICE

GIFT REGISTRY

MEMBERS

TESTIMONIALS

POSTINGS

BLOG

BELLORIN DONATIONS

Character in Company
Quality Products
The Choice is Clear



COMPANY	OPPORTUNITIES	HEALTHY LIFESTYLE	ELEGANT LIFESTYLE	BRIDAL OPPT.	CUSTOMER SERVICE
About the Company Affiliations Take a Tour Meet the Team President's Message	Student Opportunities Career Opportunities	Air Filtration Water Filtration Cookware Juice Extraction Food Storage	Cutlery Fine China Fine Crystal Tableware	Bridal Consultants Brides Gift Registry	FAQ Contact Us Direccions / hours Payment Inquiry Order Parts



Product Sites



Carico Products on Facebook

Working & Traveling with Us





Carico International on Facebook

Members Email Exchange 

COPYRIGHT © 2009, CARICO INTERNATIONAL, INC - ALL RIGHTS RESERVED

954.973.3900 - 1.800.4.CARICO - E-Mail

20)

http://www.pamperedchef.com/index.jsp?localeString=en_us

The Pampered Chef
discover the chef in you™

Find a Consultant | Contact Us | Consultant's Corner | My Account | Worldwide

COME JOIN US! | HOST A SHOW | SHOP ONLINE | RECIPES

Host a Cooking Show

It's fun and rewarding!
And as a host, you never
pay full price.

[LEARN MORE ▶](#)

TAKE CHARGE. take action.
AMAZING
THINGS WILL HAPPEN!

Join us today and earn
rewards right away!

[LEARN MORE ▶](#)

Delicious Recipes

Beef Satay Fried Rice | Citrus-Butter Shrimp Toss | Triple-Citrus Mojitos

[SEARCH FOR MORE RECIPES ▶](#)

Featured Video

How Cool Is This!

[VISIT OUR VIDEO GALLERY ▶](#)

Shop Online

It's easy and convenient. Shopping online is a simple way to order the Pampered Chef® products you need when you just can't make it to a Cooking Show.

[START SHOPPING ▶](#)

Outdoor

Cool & Serve Square Tray | Outdoor Tumblers | Outdoor Utensil Set


© 2010 The Pampered Chef used under license. | [Legal/Privacy](#) | [Site Map](#) | [Charitable Giving](#) | [About Us](#) | [Careers](#)

lia sophia
SHARE THE LOVE OF JEWELRY™

Home About Us Our Opportunity Our Jewelry Hostess Benefits Contact Us

ADVISOR ADVANTAGE®

STYLES WE LOVE



WHAT to WEAR

A **lia sophia** original - the perfect finishing touch. Shop our latest designs in all the season's hottest styles.

[VIEW the CATALOG](#)

The latest: Congratulations Candy Baldwin from Airville, PA on your promotion to Unit Manager [Read more »](#)


ABOUT LIA SOPHIA

At **lia sophia**, exceptional style and quality are a family tradition. For more than 30 years, our Advisors have been achieving their personal and financial goals by sharing this tradition with Hostesses and Customers across America.

IN THE MEDIA




lia sophia has a powerful media presence. From features on top-rated television programs to photos of stars wearing our styles in the latest fashion and celebrity magazines, you'll find us in all the hottest places! Plus, be sure to check us out on the social media scene - our **lia sophia** Facebook fan page is the place to be!

WHO'S WEARING LIA SOPHIA?



STEPHANIE PRATT SHOWCASES THE LANAYA COLLECTION

[»» VIEW OUR RED CARPET COLLECTION](#)

 **CNBC FEATURE ON LIA SOPHIA**
 **BECOME A FAN ON FACEBOOK**
 **MESSAGE FROM PRESIDENT TORY KIAM**

[HOW TO PURCHASE](#)
[LOCATE AN ADVISOR](#)
[LIFETIME REPLACEMENT GUARANTEE](#)
[CAREER OPPORTUNITIES](#)
[PROUD DSA MEMBERS](#)
[TERMS](#)
[PRIVACY POLICY](#)

22)


<http://www.tupperware.com/coe/app/home>

My Account | CPSC | Product Information | Registry | Find a Tupperware Consultant | Help | Shopping from Canada? | Español

Tupperware® SEARCH:

SHOP OUR PRODUCT GALLERY | PARTY INSPIRATION CENTER | OPPORTUNITY | SOCIAL RESPONSIBILITY | SALES FORCE |

Summer Fun Starts with Dad
"Get It All for Summer" Set
save 55%



Do your gift shopping at home!
Browse our gift sets ▶



Sending a gift certificate or a gift set is a perfect gift idea for grads and June brides



Tupperware eGift Certificate
Send an eGift Certificate now ▶

Shop our **NEW** monthly flyer >



OPPORTUNITY


PRODUCT GALLERY


PARTY INSPIRATION CENTER


LIFESTYLE


MEET CHEF STUART


RECEIVE E-MAILS ABOUT OUR SPECIALS, GIFT IDEAS AND MORE! SIGN UP

CHAIN OF CONFIDENCE
For over 60 years Tupperware has created life-long connections between women across the globe...
[Learn more](#)

BOYS & GIRLS CLUBS OF AMERICA
Help Support Boys & Girls Clubs of America
[Learn more](#)

FORTUNE
WORLD'S MOST ADMIRABLE COMPANIES
[Learn more](#)

OUR WARRANTY | MEDIA ROOM | PRIVACY POLICY | TERMS OF USE | TUPPERWARE INTERNATIONAL | ABOUT THE COMPANY | CONTACT US


Copyright © 2009, Tupperware. All Rights Reserved.

23)

<http://www.arbonne.com/index.asp?lang=eng>


The screenshot shows the Arbonne website homepage. At the top left is the Arbonne logo. To the right are fields for 'ARBONNE ID:' and 'PIN:' with a 'LOGIN' button, and buttons for 'JOIN ARBONNE', 'EN ESPAÑOL', and 'GLOBAL'. A navigation bar below contains links for 'The Products', 'The Company', 'Shop Online', 'Internet Consultants', 'WebStats', 'Locate a Consultant', and 'Contact Us'. The main banner features a woman's portrait on the right and a product display on the left. The text in the banner reads: 'Scentsational Savings... Up to 50% off Black Orchid Cassis For 2 weeks only, while supplies last!'. Below the banner are three call-to-action buttons: 'Join Arbonne', 'Shop Online', and 'It's Your Time!'. The footer includes social media icons for Podcast, Blog, YouTube, Facebook, and Twitter; contact information for ArbonneUniversity.com, GoFigure8.com, and fyiArbonne.com; the 'PURE SWISS SKIN CARE' logo with 'FORMULATED IN SWITZERLAND | MADE IN THE U.S.A.'; and a list of links: 'Terms and Conditions', 'Site Map', 'Your Privacy Rights', and 'Employment Opportunities'. At the bottom, there is a copyright notice for 2010 Arbonne International, LLC, a disclaimer about testimonials, and logos for DSA Member, ETHICS IN BUSINESS, and VeriSign Security Certificate.

Welcome, Guest! | [Client/host login](#) [GO](#) You have 0 items in your [Shopping Cart](#)




Our consultants are your connection to Tastefully Simple's delicious, easy-to-prepare foods and gifts.

[FIND A CONSULTANT](#)




[HOME](#) | [WHO WE ARE](#) | [SHOP OUR PRODUCTS](#) | [TRY OUR RECIPES](#) | [HOST A PARTY](#) | [BECOME A CONSULTANT](#)

Celebrating 15 years!



Prickly Pear Cooler Drink Mix

Serving Suggestion




FREE Gift with Purchase

Pick your present with our Returning Favorites!

[Buy Now](#)


The food you love, THE TIME YOU DESERVE.®

From main dishes to desserts, we offer a wide variety of easy-to-prepare foods and gifts for every day and every occasion. Best of all, our products can be enjoyed right out of the package or prepared within minutes!

[View E-catalog](#) 

Make it new Everyday!

- [Prickly Pear Martini](#)
- [Prickly Pear Margarita](#)
- [Prickly Pear Cookies](#)

[Watch Cooking Demo Videos](#) 



FATHER'S DAY FAVORITES



SUMMER SALADS



FREE Honey Teriyaki Sauce

BUY 11 & GET 1 FREE



JUNE HOST SPECIAL



VISALUS SCIENCES

Welcome! [Log in to Vi-Net™](#)
Sunday, June 20, 2010

Home About The Company Life Your Experiences Health Your Wellbeing Prosperity Your Future Community Your Support

Introducing **Body by Vi CHALLENGE**
Feel sexier.
Learn to love your scale.
Fit into your favorite jeans.
[PLAY VIDEO](#)

Countdown 'til Convention:
DAYS HRS MIN SEC
025:12:34:08
Vitality - Orlando, FL
Seating Limited to First 1500 Registrants.
VITALITY
[Download Flyer](#) [Learn More](#)

Special June Promotion!
Rising Star Search
Collect \$500 cash on stage at Vitality!
[Learn More](#) [Flyer](#)

Our Annual Celebration of Life, Health & Prosperity
Celebrate with us in Orlando, FL July 16, 2010!
VITALITY Summer Success
[More](#) [Flyer](#)

A Tropical Getaway in the Florida Sun!
Presidential Paradise
Special Promotion through June 30th!
[Download Flyer](#)

ViSalus Community
Logged in to Vi-Net™

Just Now!
[Paula M.](#)
"Hello Vi-Net!"
Atlanta, GA

Just Now!
[Mandi J.](#)
"Hello Vi-Net!"
USA

Just Now!
[Tamara S.](#)
"Whatever you do in L..."
Ohio

[View More Members](#)

Vi-TV
Training & Personal Stories

Shake Nutrients
Vi-Shape provides complete nutrition!
[Play](#)

The ViSalus Mission
Vitality, 07/09
[Play](#)

BMW
Over 700 Bimmer Club Members!
[Play](#)

[Watch More Vi-TV](#)

ViSalus™ News
New With ViSalus™

80 Pounds Lighter Causes Happy Tears
[Monday, June 14, 2010](#)

Ohio Couple Loses 101 Pounds on Body by Vi 90 Day Challenge
[Monday, June 14, 2010](#)

"I never thought I would be a Body by Vi Champion"
[Monday, June 14, 2010](#)

[Read More News](#)

Wellness Tools
For a Healthier Tomorrow

Vitamin ABC's
[Take the quiz now >>](#)

BMI Calculator
[How healthy are you? >>](#)

[Try More Tools](#)

[Overview Tour](#) | [Getting Started Tour](#) | [Shop](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#) | [Site Map](#) | [Join Now](#)

26) <http://www.isagenix.com/us/en/home.dhtml?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

English | Associate Log In | **Products** | **Opportunity** | **Success Stories** | **Company** | **IsaVideos**

ISAGENIX World Leader in Nutritional Cleansing and Replenishing™

skip intro | replay

What is Nutritional Cleansing?

See how Isagenix® is transforming lives!


Ageless Actives™ Reveal a New You™ NEW

Home | Products | Opportunity | Community | Company | IsaVideos | Site Map | Terms of Use | Disclaimer | Contact Us

Stay connected | Facebook | Twitter | YouTube


© Copyright 2009, Isagenix International, LLC. All Rights Reserved. All trademarks displayed on this site, unless otherwise indicated, are the property of Isagenix International LLC, and are registered with the US Patent and Trademark Office.

DSA MEMBER MARKETING AND SALES INC. 50



English 日本語 中文(繁體)

Visit a regional site




HOME Company Opportunity Product News Contact

MAKE YOUR HOME A NEWAYS HEALTHY HOME

Since 1992, Neways International has formulated and distributed some of the world's most innovative, safe, and effective products in the categories of nutrition, personal care, and household care.

Our goal is to fill the world with Neways Healthy Homes—homes in which families have replaced products that contain potentially harmful ingredients with safe, effective Neways products. Our products help you maximize your health and beauty while minimizing your exposure to potentially harmful ingredients. With safety and effectiveness in mind, our experts combine the best of science and nature to formulate our advanced products. Nature creates it, science refines it, and Neways delivers it.


Operating in nearly 30 countries, Neways provides a lucrative business opportunity to our independent distributors worldwide. Acquired in 2006 by a highly successful private-equity firm called Golden Gate Capital, Neways is positioned to grow and prosper more than ever. Whether you want to simply make your own home a Neways Healthy Home or also help others do the same, we welcome you to Neways.



NEWAYS CORPORATE MESSAGE

Scott St. Clair

- [Crystal Diamond Event Photostream](#)
- [2010 Global Diamond Retreat](#)



28)

http://www.usana.com/dotCom/index.jsp

USANA HEALTH SCIENCES *Nutritionals You Can Trust*
Login Locations Change Market Find an Associate

USANA PRODUCTS OPPORTUNITY ABOUT USANA THE USANA DIFFERENCE Search

Nutritionals You Can Trust™

Highest Rated Supplements in the World

USANA Nutritionals were named the best of the best when compared to 1,500 other products.

Innovative Products

Experience how USANA's science-based products can make you look and feel your best.

Highest Payout Percentage

For Profitable, Reporting Companies in the Industry

IS YOUR JOB KEEPING YOU AFLOAT?
LEARN ABOUT THE #1 RANKED HOME-BASED BUSINESS

Stay Connected

Latest News

- 06/07/2010 USANA HEALTH SCIENCES WINS FIVE 2010 COMMUNICATOR AWARDS
- 06/03/2010 WORKPLACE SAFETY IS NO ACCIDENT FOR USANA HEALTH SCIENCES
- 05/24/2010 USANA Health Sciences Announces Its Intention to Open in China

Discover the Difference

USANA's commitment to cutting-edge research and uncompromising quality standards are the foundation for products that are proven the best in the world. Learn why leading physicians, world-class athletes, and smart consumers trust their health to USANA.

Home Products Opportunity About USANA The USANA Difference Locations Employment


Copyright © 2010 USANA Health Sciences. All rights reserved
Terms and Conditions DMCA Notice

29)

http://corporate.freelife.com/international/usa/index.cfm/home

United States - English GO COMPANY OPPORTUNITY PRODUCTS CONTACT US Go To My FreeLife Office

FreeLife
Live It!



Nature's Greatest Treasure™

JULE



of the orient
Her jiaoogan tonic

[Learn more about Jule](#)

Learn more about FreeLife®
The Company
The Opportunity
The Products
[TAKE THE TOUR](#)

"FreeLife's impressive products are vital to my daily regimen whether I'm on the road, relaxing at home, or in the studio."
Jason Mraz
Award-winning
Singer/Songwriter
[READ MORE](#)

Backed by Science
Clinical Research
Verifies
The GoChi Effect™
[LEARN MORE](#)

 © 2010 FreeLife International - "To serve each other by promoting good health, well-being, and the opportunity for an abundant life."
[Privacy Policy](#) • [Terms of Service](#) 

30)

http://www.tni.com/united_states/english/tahitiannoni/index.html?ID=

The image shows a promotional banner for Tahitian noni. At the top, the brand name 'Tahitian noni' is displayed in a stylized font, with 'noni' in a larger, bold font. Below the name, a navigation menu lists: PRODUCTS / SCIENCE / VALIDATION / OPPORTUNITY / COMPANY / BLOG / CONTACT. The main part of the banner features five bottles of Tahitian noni in different colors: red, purple, blue, green, and silver. To the left of the bottles, the text reads: 'This could be the HEALTHIEST DRINK ON EARTH.' Below the bottles, there are four smaller promotional tiles: 1. 'What's a BIOACTIVE BEVERAGE' with a chemical structure diagram. 2. 'The more you shop, THE MORE YOU EARN' with a 'New' logo. 3. 'noni for 90 Try it RISK FREE' with a photo of a smiling woman. 4. 'It pays to DRINK NONI' with a photo of two women. At the bottom of the banner, there are links for 'Spanish', 'Select Market', 'Privacy Policy', 'Return Policy', 'GoNoni.com', and 'Account Login'. Below these links is the DSA (Direct Selling Association) logo and the text 'Code of Ethics Direct Selling 411'. At the very bottom, the copyright notice reads: '© Copyright Tahitian Noni International 2010 (48312412)'.

sites.google.com/site/nwasuccessonlinegr/?gclid=COi0wLzm7KECFRkJ3wodDxukK

A

nwa-epirus.weebly.com/apas-vital.html

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

www.ecomates.com
www.acaiplus.com
www.goldshieldelite.com
www.acninc.com
www.agel.com
www.amegaworldwide.com
www.amsoil.com
www.shop.beauticontrol.com
www.bign.com
www.nuskin.com/en_US/home.html
www.bodywise.com/Corporate/BW/main.php
www.championcommunications.com
www.clubvivanet.net/site
www.commissionriver.com
www.discoverytoysinc.com/web/guest/home
www.us.dubli.com
www.eniva.com
www.unicity.net/usa
www.carico.com
www.pamperedchef.com/index.jsp?localeString=en_us
www.liasophia.com/index_en_US.jsp
www.tupperware.com/coe/app/home
www.arbonne.com/index.asp?lang=eng
www.tastefullysimple.com/Cultures/en-US
www.visalus.com
www.isagenix.com/us/en/home.dhtml?AspxAutoDetectCookieSupport=1
www.neways.com/en/home.aspx
www.usana.com/dotCom/index.jsp
www.corporate.freelife.com/international/usa/index.cfm/home
www.tni.com/united_states/english/tahitiannoni/index.html?ID