

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Зайцева А.А.

*Зайцева Алена Андреевна - студент,
кафедра экономики,
Частное образовательное учреждение высшего образования
Институт международных связей г. Екатеринбург*

Аннотация: в статье анализируются плюсы и минусы сетевого маркетинга.

Ключевые слова: анализ, маркетинг, бизнес.

Сетевые компании существуют в 125 странах мира. В настоящее время в мире насчитывается более 4000 только крупных сетевых компаний, общий оборот которых в мире превышает 300 миллиардов долларов.

В США в настоящее время работает более 2500 крупных сетевых компаний, через них продвигается 65% продукции, и заняты в этой сфере примерно 15% населения, т.е. примерно каждый девятый житель.

В Японии объём реализации товаров через СМ достигает 90%.

В Европе работает более 700 сетевых компаний, в Малой Азии - более 800 [2].

Сетевой маркетинг стали использовать и крупнейшие компании, такие, как Ford, Colgate, Canon, Lipton, Coca-Cola и многие другие флагманы бизнеса.

Говорить о плюсах и минусах, можно только сравнивая с чем-то. Сначала поговорим о плюсах. Если сравнить сетевой бизнес с классическим, то на первое место, по моему мнению, выходит принцип остаточного дохода. Как правило, предприниматель классического бизнеса пашет всю жизнь, и у него есть всё, кроме времени. Постоянно надо быть в теме, руководить своим предприятием [1, с. 192].

Минусы

- Вы будете получать отказы на встречах с клиентами. Многие не любят получать отказы, поэтому не приходят в сетевой бизнес. На самом деле, существует много методов, как преодолеть отказы в МЛМ. Эти методы надо отработать, ничего сложного в этом нет.

- Вследствие того, что в сетевом маркетинге нет отбора, имеет место большая текучесть людей. Люди сначала загораются, а потом при первой трудности уходят из МЛМ, и уходят, как правило, с негативным мнением о компании, о спонсоре, о самой индустрии МЛМ.

- Все проходят через жернова бизнеса, и на выходе остаётся только небольшой процент людей, которые выдержали и не сломались. В результате складывается не совсем добрая репутация сетевого маркетинга, особенно в России и в странах СНГ.

- В настоящее время нет ещё статуса сетевого. Если человек работает врачом, начальником цеха, мэром, то это престижно. А когда заходит разговор о сетевом маркетинге, то люди представляют себе замученного продавца с котомками.

- Хотя в последнее время стала появляться тенденция к позитивному восприятию и позиционированию сетевого маркетинга, так как и сама индустрия МЛМ начинает приобретать цивилизованный характер. Всё чаще производители ищут лидеров для продвижения своего продукта посредством МЛМ-бизнеса.

- Ещё одним минусом МЛМ является не совсем юридически отработанный статус сетевого. В основном, между компанией и дистрибьютором только договорное соглашение.

- Работа в МЛМ, особенно на первом этапе, требует много времени, а если для человека это не основной доход, а дополнительный, то дома его практически не бывает. Начинаются проблемы в семье. Всегда надо чем-то жертвовать, решение каждого вопроса имеет свою цену.

Плюсы

При серьёзном отношении к этому бизнесу происходит быстрый личностный рост, а вследствие этого и пропорциональный рост Ваших доходов. Например, в Америке более 50% миллионеров, сделавших себе состояние в сетевом маркетинге

- Вы можете работать по всему миру, Ваш бизнес теперь не зависит от места жительства.
- Ваш доход не ограничен.
- Один из самых ценных моментов в сетевом маркетинге – это обучение. Для тех, кто хочет обучаться предоставляется огромное количество материалов, спонсорская помощь. Это, конечно, очень большой плюс, по сравнению с классическим бизнесом. Только помогая другим достигнуть успеха, ВЫ добиваетесь этого успеха сами.

- Передача бизнеса по наследству.
- Малый стартовый капитал.
- Свободный график.
- Возможность посмотреть мир (проверено на личном примере).

- Возможность каждому начать этот бизнес, независимо от образования, возраста, материального достатка.

Взвесьте все «за» и «против» и примите решение [2, с. 205].

Список литературы

1. *Зуев М., Девитт А.* Технология успеха в МЛМ. Все секреты сетевого бизнеса.
2. *Спиридонова И.* Организация рекламной компании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.studmed.ru/spiridonova-i-organizaciya-reklamnoy-kompanii_2d0badcd7c5.html/ (дата обращения: 11.04.2017).
3. *Судас Л.Г., Юрасова М.В.* Маркетинговые исследования в социальной сфере: уч. пособие / Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. М.: ИНФРА-М, 2004. 272 с.