

ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕРЕЖЕВОГО МАРКЕТИНГУ

Студ. Рамола М.-К. П.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Багаторівневий маркетинг (Multi level marketing), або мережевий маркетинг – система організації бізнесу та компенсацій, що використовується компаніями прямого продажу. За цією системою дистриб'ютор чи незалежний продавець може отримувати дохід не лише від обсягу особистого продажу продуктів і послуг, а й від обсягу продажу, здійсненого через мережу інших незалежних продавців, які були ним залучені та навчені для бізнесу. Кожен з агентів встановлює безпосередні контакти з потенційними покупцями та отримує прибуток від реалізації товарів.

Крім цього, дистриб'ютор одержує прибуток у вигляді додаткових виплат від реалізації продукції усією або частиною підпорядкованої йому та створеної ним власноруч мережі агентів збуту. Мережевий (сітьовий, багаторівневий) маркетинг пропонує ряд переваг в порівнянні з іншими видами бізнесу, які можна почати. Ці переваги є причинами того, чому мільйони людей у всьому світі приймають рішення почати бізнес мережевого маркетингу. Серед переваг сітьового маркетингу виокремлюють наступні:

1. Низька вартість запуску і компенсації. На відміну від більшості інших організаційних форм бізнесу, які вимагають величезної кількості часу та інвестицій, можна почати роботу в мережі мінімальних маркетингових витрат;
2. Особистий розвиток. Друга перевага бізнесу мережевого маркетингу є особистими можливостям розвитку, які пропонує даний бізнес;
3. Малий бізнес, що заснований на великому бізнесі;
4. Позитивні соціальні відносини, адже в мережевому маркетингу працює багато дистриб'юторів.

Проте, в мережевому маркетингу є не тільки плюси, але й мінуси. Головними мінусами мережевого маркетингу є: величезне моральне навантаження викликане недовірою людей до мережевих бізнесменів; відмови на зустрічах з клієнтами; велика плінність людей; відсутність статусу «сітьовика»; не зовсім юридично відпрацьований статус «сітьовика»; відсутність гарантованого стабільного заробітку на першому етапі; сприйняття мережевого маркетингу – сектою.

Проаналізувавши плюси та мінуси, можна зробити висновок, що мережевий маркетинг є ще досить свіжою галуззю маркетингу в Україні, який не має значної довіри серед працівників та серед споживачів. Більшість людей не сприймають серйозно цей вид маркетингу, як можливість заробітку, адже більшість вважають, що там потрібно тільки мати вміння продавати та розмовляти із споживачами. З одного боку – ці два фактори, насправді, є дуже важливими, але є ще декілька факторів, які потрібно враховувати людині, яка хоче заробляти достойні гроші в мережевому маркетингу, а саме:

– ви маєте бути гарним психологом. Окрім, грамотної мови, ви маєте викликати у споживачів, вашої продукції, довіру та розташовувати їх до себе. В цьому випадку є найбільша вірогідність того, що ви залучите цю людину до подальшої співпраці;

– відсутність страху. Звичайно будуть моменти, коли клієнти будуть відмовляти, але не потрібно на цьому зациклюватися. Після декількох невдач, зазвичай, будуть перемоги, тож страху не місце в мережевому маркетингу;

– конкретні цілі. Якщо не буде конкретних цілей, то не буде мотивації для досягнення висот, тож завжди мають бути цілі;

– розвиток. Для того, щоб бути професіоналом постійно потрібно розвивати нові навички та вдосконалювати старі.