

Ponoć „głową muru nie przebijesz”, więc nawet nie warto próbować. Jednak w ramach budowania prawdziwego wizerunku branży DS/MLM w Polsce często odnosi się nieodparte wrażenie, że właśnie na tym to polega i są ludzie, do których takie wskazówki nie docierają. I bardzo dobrze, bo inaczej się nie da. Cały sektor powinien dziękować tym, którzy przełamują kłamiwe stereotypy i ciężko nad tym pracują, bo muszą mieć czołowniczym ze stali. Mają charyzmę, są konsekwentni i... „a mury runą, runą, runą i pogrzebią stary świat.”

Prace dyplomowe o marketingu sieciowym

MACIEJ MACIEJEWSKI

Takich ludzi w MLM jest coraz więcej. Dlatego cieszymy się, że „Network Magazyn”, jako jedyne w Polsce, niezależne medium o tym biznesie, również w jakimś ułamku, na różne możliwe sposoby, przyczynia się do informowania społeczeństwa i promowania prawdziwego wizerunku tego systemu. Na przełomie 2009 i 2010 roku nasza redakcja udostępniła unikalne, archiwalne materiały prasowe, kilkudziesięciu osobom piszącym prace dyplomowe o DS/MLM na różnych uczelniach wyższych. Postanowiliśmy w tym miejscu przedstawić fragmenty dwóch takich prac, które według nas zasługują na uwagę szczególną.

Grzegorz Habczyk

Praca magisterska napisana i oczywiście obroniona przez Grzegorza Habczyka nosi tytuł: „Problematyka motywacji w organizacjach działających w oparciu o system Multi Level Marketingu”, a powstała w ramach studiów na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, na Wydziale Ekonomii



foto: © Coka - Fotolia.com

i Stosunków Międzynarodowych, kierunku ekonomia, specjalność zarządzanie, promotor – prof. UEK dr hab. Alicja Miś. Oto fragment:

„Kryzys finansowy, który ogarnął wszystkie gospodarki światowe, będzie zapewne w przyszłości poddany wielu analizom ekonomicznym, socjologicznym czy psychologicznym, tak samo jak to miało miejsce do tej pory z wcześniejszymi kryzysami, jakie ogarniały światową gospodarkę albo konkretne regiony. Jedno jest jednak pewne. Wiele przedsiębiorstw

zostało zmuszonych do tego, aby zredukować swoje zatrudnienie chcąc przetrwać na dzisiejszym rynku. Osoby, które popadły w prywatne „kryzysy finansowe”, tracąc swoje dotychczasowe źródło dochodów, muszą na nowo znaleźć swoje miejsce w gospodarce i otoczeniu. I właśnie wiele takich osób, które zetknęły się po raz pierwszy, bądź nawet po raz kolejny, z firmą działającą w systemie MLM, widzi swoją szansę na rynku, a nawet z czasem znajduje swój sposób na życie. Wszystko tak

naprawdę zależy od tego jak zmotywują siebie do działania i jak będą umiały motywować kolejne osoby do pracy i osiągania coraz to nowych i większych celów. To właśnie firmy działające poprzez MLM, w czasach kryzysu rozwijają się najbardziej dynamicznie.

Kwestie dotyczące tego, co sprawia, że ludziom chce się pracować, co ich pobudza do działania, od czego zależy to czy mi się chce coś zrobić czy też nie i inne tego typu zagadnienia, były i są rozpatrywane przez praktyków i teoretyków zarządzania. Każda kolejna teoria motywacji wносиła do tego tematu coś nowego i pozwalała coraz lepiej zrozumieć to, od czego zależą zachowania człowieka. Jednak podczas analizowania i rozważania tych teorii należy zwrócić uwagę, że efektywność człowieka w pracy nie zależy tylko i wyłącznie od motywacji (a jej nadmiar może nawet zaszkodzić), ale również od tego jak on postrzega swoją osobę w organizacji, jak jest przygotowany do realizacji powierzonych mu zadań i jakie posiada uzdolnienia. Są to nierozzerwalne elementy.

Na co dzień często też wymienia się motywację i motywowanie, jako tożsame pojęcia. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że motywacja jest to, najogólniej mówiąc, gotowość danej osoby do podjęcia określonych działań. Natomiast motywowanie, to oddziaływanie na drugą osobę, celem pobudzenia jej do działania.

Umiejętność motywowania pracowników w organizacji jest w dzisiejszym świecie jednym z istotnych czynników wpływającym na sukces w pracy menadżera i kierowaniu ludźmi. Jednocześnie wiedza i umiejętność w tym temacie przydaje się na każdej płaszczyźnie naszego życia.

Natomiast motywacja do pracy jest to „stan psychiczny pracownika wyrażający się gotowością do poniesienia określonego wysiłku ukierunkowanego na realizację celów organizacji, którego poziom uwarunkowany jest jego zdolnością do zaspokojenia indywidualnych potrzeb pracownika”.

Z kolei A. Poczowski określa motywowanie, jako „proces świadomego i celowego oddziaływania na zachowania ludzi w procesie pracy przez kreowanie warunków umożliwiających im zaspokajanie potrzeb, jako efekt ich wkładu w realizację określonych celów w organizacji”.

Głównym motywatorem, wykorzystywanym najczęściej w firmach działających w systemie MLM, jest motywacja pieniężna. Jest to obietnica, że po spełnieniu określonych warunków uzyska się awans na wyższą pozycję w planie kariery, a zarazem wyższy poziom prowizyjny (przy założeniu, że struktura sprzedażowa została prawidłowo rozbudowana i spełniono kilka innych warunków, które są z góry określone). Dla wielu osób, pierwsze zarobione pieniądze w tej branży, potwierdzają prawdziwość tego typu biznesu. Każdy kolejny awans wiąże się z coraz większymi dochodami danej osoby, co przekłada się w pewien sposób na jej motywację do działania. Początkowo dochody, które osiąga będą niewielkie (z czasem się to odwróci, jeżeli dana osoba się nie podda), dlatego sama motywacja pieniężna to za mało i potrzebne są kolejne działania, które będą odpowiednio skoordynowane.

Obserwując wielu liderów struktur w MLM, można często zauważyć jedną wspólną rzecz, jaką wykorzystują w trakcie motywowania. Pobudzają marzenia i wyznaczają, wspólnie ze swoimi współpracownikami, cele. Szczególnie istotne jest to w czasie indywidualnego coachingu. W trakcie takich spotkań starają się dowiedzieć, jaki jest cel danej osoby, czego najbardziej pragnie i jak najwięcej szczegółów z tym związanych. Następnym krokiem jest ustalenie wymiaru finansowego tych marzeń (jeżeli jest to możliwe), czyli ile one kosztują oraz na ile realny jest termin ich realizacji. Mając już zebrane takie dane, należy przystąpić do „rozbicia” tego celu na czynniki pierwsze i opracowaniu sekwencji działań, które należy podjąć, aby móc osiągnąć określony cel, który jest zdefiniowany poprzez marzenie i finansową wartość tego marzenia. Tą sferę finansową, przekłada się na obraz zespołu jaki powinna zbudować dana osoba, aby móc uzyskać określone obroty.

Mając te informacje, kolejnym etapem jest wspólne ustalenie jakie działania należy podjąć krok po kroku aby móc osiągnąć cel w postaci struktury, generowanych obrotów oraz wypłaconej prowizji, co przełoży się bezpośrednio na możliwość zrealizowania marzenia, o którym była mowa na początku. Idąc tą drogą dana osoba ma przed sobą cały czas swoje marzenie, które pragnie osiągnąć, a praca, którą ma do wykonania, jest narzędziem do jego osiągnięcia. Poprzez uczestnictwo w procesie ustalania marzeń, celów oraz konkretnych kroków jakie należy podjąć, dana osoba utożsamia się z nimi, dlatego też ma do nich pozytywne nastawienie i z pewną łatwością może wtedy podjąć się tego zadania, gdyż wie co ją czeka na końcu drogi. W ten oto sposób, liderzy MLM mniej lub bardziej świadomie stosują teorię wyznaczania celów E. Locka. Jeżeli cel jest ustalony na odpowiednim poziomie, zaakceptowany przez daną osobę i osiągalny w wyznaczonym terminie to jest to jedno ze skuteczniejszych narzędzi motywacyjnych jakie stosują liderzy struktur MLM.”

Monika Gondek

Praca dyplomowa Moniki Gondek nosi tytuł „Multi Level Marketing jako szansa na niezależny biznes”, a została obroniona na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, pod kierunkiem prof. UEK dr hab. Renaty Oczkowskiej. Oto fragment:

„Wiele osób chcących być aktywnymi zawodowo staje przed trudnym wyborem drogi życiowej. Muszą oni wybrać pomiędzy pozornie bezpieczną pracą na etacie, a którąś z form prowadzenia własnego biznesu. Decyzja ta nie jest prosta, wymaga czasu na przeanalizowanie wszystkich za i przeciw. Opłaca się jednak poświęcić więcej uwagi przed jej podjęciem, ponieważ niejednokrotnie wybór ten decyduje o przyszłości. Przed podjęciem życiowej decyzji o tym, czym zająć się w najbliższym czasie, każdy powinien zastanowić się jakie ma wykształcenie, co umie i lubi robić. Niestety pracodawcy są bardzo wymagający i nie zawsze wykształcenie oraz kwalifikacje pracownika są odpowiednio wynagradzane. Osoby, które nie zdobyły

dobrego wykształcenia, niejednokrotnie mają bardzo duże problemy ze znalezieniem jakiegokolwiek pracy. Tutaj MLM przychodzi z pomocą, gdyż w marketingu sieciowym wszyscy startują z tego samego poziomu.

Ukończone kursy, szkolenia oraz znajomość języków obcych może pomóc w karierze, nie odbiera jednak żadnych możliwości. Każdy ma takie same szanse.

Na początku w marketingu wielopoziomowym otrzymuje się informację, przywilej kupowania w cenach hurtowych – zaczyna się jako poinformowany, uprzywilejowany klient. Dopiero po zapoznaniu się z produktem firmy i planem marketingowym podejmowana jest decyzja, czy warto zagłębić się bardziej.

Zarówno w pracy na etacie, jak i w marketingu sieciowym, aby piąć się po ścieżce kariery zawodowej i daleko zajść, trzeba wiele z siebie dać. Jednak zaangażowanie, umiejętności i doświadczenie jest wynagradzane. Nie każdego niestety stać, aby pokazać się z dobrej strony i umiejętnie wykorzystywał zdobyte umiejętności.

Pracownicy sprzedają swój czas i umiejętności, zamieniają je na pieniądze. Im lepiej podchodzą do powierzonych obowiązków, tym wyższe powinno być wynagrodzenie. Główną różnicą pomiędzy pracą na etacie, a pracą w marketingu sieciowym jest to, że gdy pracownik etatowy przestaje z różnych powodów pracować, z reguły przestaje też być wynagradzany. W marketingu wielopoziomowym wygląda to inaczej. Czas i zaangażowanie gratyfikowane jest także wtedy, gdy osoba działająca w branży na jakiś czas postanowi zrobić sobie przerwę. Wtedy praca wykonana wcześniej, nawet bez obecnej aktywności powinna być wynagrodzona – utrzymać się na takim samym (a często bywa, że nawet lepszym) poziomie. Dzieje się tak, ponieważ zbudowana struktura oraz wyszkolone, samodzielne osoby nie przestają działać i pomimo, iż osoba która je zaangażowała nic nie robi, oni pracują i generują obrót w firmie. Jeżeli osoby dzięki wcześniejszej rekomendacji

dalej nabywają produkty danej firmy, to osoba, która je poleciła otrzyma z tego tytułu prowizję. Jest to bardzo ważny argument przemawiający za podjęciem współpracy z firmą Multi Level Marketingu.

W wielu firmach marketingu sieciowego pozycja w planie marketingowym jest dziedziczna. Można ją oddać, lub też w razie nagłego zdarzenia wypracowany poziom przekazywany jest członkowi rodziny. Rezygnacja ze współpracy nie oznacza rezygnacji z wynagrodzenia. Wiele osób podejmuje działalność, pracują bardzo intensywnie przez jakiś czas, aby potem spokojnie żyć, cieszyć się z dochodu, który generowany jest nawet bez aktywności osoby zainteresowanej. Współcześnie wyróżniamy trzy główne typy biznesu znajdujące się w powszechnym użyciu:

- tradycyjna spółka, w której wszystko należy zbudować od podstaw,
- franchising, który można kupić jako gotowy system,
- marketing sieciowy, do którego można przystąpić i stać się częścią istniejącego systemu.

Każda z wymienionych form prowadzenia biznesu posiada zarówno swoje atuty jak i wady, jednak ostatecznie każda forma nastawiona jest na generowanie zysku i pozwala osiągnąć to samo. Stosowane prawidłowo, gdy już raz zostaną zorganizowane i puszczone w ruch, dostarczą regularnego przychodu bez większego fizycznego udziału właściciela.

MLM

Biznes związany z marketingiem sieciowym odpowiada dwóm grupom ludzi, którzy szukają możliwości samozatrudnienia: niepełnoetatowiec (dystrybutor) oraz przedsiębiorca (networker). Pierwsza perspektywa wiąże się wyłącznie z zarabianiem pieniędzy przez aktywną pracę dystrybutora – poprzez pozyskiwanie klientów. Milionom ludzi przypadła do gustu ta perspektywa, ze względu na potencjalnie szybko widoczne efekty oraz, co za tym idzie, równie szybko zauważalny dochód, a także elastyczność czasu pracy. Tutaj każdy może odnieść sukces, gdy tylko opanuje podstawowe umiejętności sprzedaży. Dystrybutorzy ci zapewniają

firmom networkowym siłę konsumencką, jednak gdy przestają pracować, przestają też zarabiać.

Perspektywa, która ściśle związana jest z Multi Level Marketingiem – polegająca na uzyskiwaniu dochodu z wybudowanej już struktury konsumentów oraz ze swojej sieci marketingowej – przynosi znacznie większe dochody networkerom. Dochód uzależniony i ograniczony jest rozmiarem wypracowanej sieci konsumentów (dystrybutorów), której ona dostarcza. Jeżeli klienci są zadowoleni z produktu i pozostają „nabywcami”, to sieć staje się niezależna, a dochód networkera staje się bierny (dostaje on wynagrodzenie za wcześniej wybudowaną strukturę, niezależnie od tego, czy w ostatnim czasie wykonywał jakąkolwiek pracę związaną z budowaniem struktury). To networkerzy, zwani także menadżerami, czy też liderami, ale też po prostu dystrybutorami, konsultantami zapewniają firmie marketingu wielopoziomowego stabilność oraz rozwój.

Biznes tradycyjny

Zbudowanie i utrzymanie dobrze funkcjonującej działalności gospodarczej w dzisiejszym, bardzo szybko zmieniającym się otoczeniu rynkowym jest ogromnym wyzwaniem dla współczesnych przedsiębiorstw. Kiedyś skupiano się na zwiększaniu wydajności, potem przedsiębiorstwa dążyły do wzrostu i ekspansji zysków za pomocą dywersyfikacji i akwizycji. Współczesny biznes coraz częściej dostrzega, że o ile nie bardzo służy on innym uczestnikom – klientom, dystrybutorom, dostawcom, pracownikom, to może on nie przynieść wystarczających zysków jego udziałowcom. Tradycyjnie działalność wewnątrz przedsiębiorstwa koncentruje się w jego wydziałach. Często pomiędzy wydziałami powstają bariery, które znacznie utrudniają współpracę i osiągnięcie wspólnego celu przedsiębiorstwa. Struktura, polityka oraz kultura składają się na organizację biznesu tradycyjnego. Jednak w bardzo szybko zmieniającej się rzeczywistości mogą one bardzo szybko stać się dysfunkcyjne. Przedsiębiorstwa wkładają wiele wysiłku, aby wszystkie elementy organizacji dostosować

do zmieniających się wymagań strategii biznesowej. Aby odnieść sukces z własnym biznesem klasycznym należy:

1. Posiadać lub kupić dobry pomysł na biznes. Aby przetrwać na rynku należy mieć także rozpoznanie oraz odpowiednią wiedzę. Informacja stała się w dzisiejszych czasach powszechnym, ale też najdroższym towarem.
2. Mieć odpowiedni kapitał inwestycyjny.
3. Liczyć się z porażką. Aż 90% wszystkich małych klasycznych biznesów plajtuje w ciągu pierwszych pięciu lat po założeniu. Wiele z pozostałych 10% nie doczeka się obchodu dziesięciolecia istnienia.
4. Należy mieć czas. Gdy mówi się o własnym, konwencjonalnym biznesie, należy zdawać sobie sprawę, iż 8 godzin pracy dziennie to za mało. Zwłaszcza na początku.
5. Istotnym warunkiem, aby firma dobrze funkcjonowała to także koneksja. Biznes tradycyjny nie jest łatwą formą prowadzenia działalności gospodarczej. Tu pod uwagę należy także wziąć dynamikę przemian, choroby. Właściciel biznesu klasycznego musi być codziennie do dyspozycji w miejscu pracy.

Franchising

Angielski termin „franchise” oznacza udzielenie koncesji. Firma udziela zezwolenia innej firmie na sprzedaż dóbr oraz świadczenie usług pod daną znaną już marką, na określonym terytorium. W Europie stosuje się węższe rozumienie tego pojęcia. Franchizą nazywana jest stała, długookresowa współpraca pomiędzy niezależnymi przedsiębiorcami (franczyzodawcą i franczyzobiorcą). Franchising oznacza więc cały zakres stosunków ekonomicznych, w ramach których właściciel nazwy, produktu lub procesu zezwala innej firmie lub osobie na prowadzenie określonej działalności w zamian za pewną opłatę. Jest to ograniczenie swobody działalności w zamian za znaczne ograniczenie ryzyka gospodarczego – franczyzodawca zwiększa możliwość ekspansji swojego systemu, płaci za to zmniejszeniem stopnia kontroli wchodzących w skład systemu jednostek.

Głównym walorem franchisingu jest uzyskanie znaku handlowego i nazwy

sieci, czyli ważnych dla przedsiębiorców dobrego imienia i reputacji. Multi Level Marketing często nazywany jest osobistym franchisingiem, gdyż podpisując współpracę z firmą, dystrybutorzy otrzymują gotowy pomysł na biznes i często dobrze już kojarzoną markę. Jego podstawowym zadaniem jest utrzymanie określonego wizerunku firmy i budowanie osobistej sieci konsumenckiej. W marketingu wielopoziomym lider otrzymuje gotowe informacje dotyczące organizacji i rozwoju biznesu, podobnie zatem jak we franchisingu nie jest potrzebne doświadczenie aby rozpocząć działalność. W porównaniu z franchisingiem, marketing wielopoziomowy oferuje możliwość budowy własnego biznesu bez potrzeby inwestowania ogromnej ilości kapitału. Ponadto MLM łączy w sobie zasady franchisingu i sprzedaży bezpośredniej, w rezultacie spełnia życzenia konsumentów dotyczące zaufania i indywidualnego doradztwa.

Marketing wielopoziomowy na tle innych form biznesu

Spośród wszystkich rodzajów biznesów, MLM wydaje się być prawie idealnym. Firma oferuje gotowy system biznesu, w którym są bardzo dobre produkty, gotowe są materiały, atesty, które pozwalają od razu działać. Zadaniem networkera jest tylko budować swój biznes. Bardzo wysokie koszty czekają osoby otwierające tradycyjny biznes, one też wiele ryzykują. Błędne działania w 90% przypadków podczas pierwszych dwóch lat działalności prowadzą do upadku tych firm.

Każda forma jest zupełnie inna. Dlaczego więc Multi Level Marketing jest tak konkurencyjną i prężnie rozwijającą się formą biznesu? Angażując się w działalność marketingu wielopoziomowego można osiągnąć wiele, mało ryzykując, poświęcając tylko swój czas. Zaczynając działać „dla siebie” należy przeanalizować wszystkie formy działalności. Każda niesie za sobą jakieś ryzyko.”

(Niestety ze względu na określoną objętość drukowanego „Network Magazynu” nie byliśmy w stanie zaprezentować tutaj wszystkich świetnych, edukacyjno-



Monika Gondek:
– Pisanie pracy dyplomowej o marketingu sieciowym nie było łatwym wyzwaniem. Na polskim rynku

nie ma jeszcze wystarczającej liczby pozycji książkowych na ten temat, co utrudnia analizy tej stosunkowo nowej branży oraz przygotowywanie opracowań naukowych dotyczących network marketingu. Jednak chęć, semestr spędzony na austriackiej uczelni (który umożliwił mi dostęp do niemiecko- i anglojęzycznej literatury) oraz przede wszystkim dane z Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej i dzięki szanownej redakcji „Network Magazynu” (która udostępniła mi archiwalne numery czasopisma, jak również niezbędną literaturę), umożliwiło mi napisanie pracy magisterskiej na temat, który już od długiego czasu mnie interesuje i inspiruje.



Grzegorz Habczyk:
– Zabierając się do pisania pracy magisterskiej traktującej o MLM, postanowiłem dokładnie przybliżyć

ten model dystrybucji towarów i usług. Chciałem zebrać w jednym miejscu, w miarę kompletną historię tej branży oraz wyjaśnić w prosty sposób, na czym polega ten model sprzedaży. Kompletując materiały, nawiązałem kontakt z redakcją „Network Magazynu”, która udostępniła mi informacje pomocne przy pisaniu pracy. Łącząc je z książkami na temat marketingu sieciowego oraz wiedzą, którą o branży pozyskałem osobiście, mogłem w przystępny sposób wyjaśnić czym jest MLM, skąd się wziął i jaka będzie przyszłość tego sposobu dystrybucji. Było to dla mnie o tyle istotne, że na polskich uczelniach jest to wciąż temat praktycznie nieznanym i ważne było, aby przedstawić go w sposób prosty a zarazem naukowy.

naukowych aspektów tych prac. Dlatego niebawem na internetowym portalu www.networkmagazyn.pl zbudujemy specjalne miejsce, w którym będziemy zamieszczali tego typu publikacje w całości).