

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

И.С. Матвеев

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION SUPPORT OF NETWORK MARKETING

I.S. Matveev

(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In this paper explores network Marketing and information support. Author explains the specific, principles strong and weak sides of network Marketing and information support.

В условиях современной рыночной системы необходимы максимально эффективные способы расширения сбытовой сети, соответственно увеличение объёмов реализованной продукции и общий рост прибыли. Наиболее действенной и эффективной концепцией, в последние годы набирающей все большую популярность, является «сетевой маркетинг».

Сущность сетевого маркетинга заключается в том, что большое количество людей распространяющие продукт, предлагает использовать и распространять другим эти продукты, другими словами суть сетевого маркетинга в том, что потребители, будучи партнерами фирмы, развивают сеть и получают прибыль *с оборота* своей организации. Сетевой маркетинг представляет собой систему множества уровней реализации товаров и услуг, основанную на создании сети независимых сбытовых агентов, которые в свою очередь, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих подобные права. Доход каждого участника сети состоит из вознаграждений за реализацию продукции и дополнительных бонусов, зависящих от объёма реализованной продукции.[1].

Сегодня концепция сетевого маркетинга применяется практически в любой отрасли, и вероятно, в конечном счете, она проникнет повсюду. Чем проще услуга или товар, тем меньше сложности организовать и запустить огромную, как правило, международную сеть дистрибьюторов.

Компании, использующие сетевой маркетинг, в основном занимаются производством простых товаров или услуг, которыми интересуется большое количество людей. Выделяется несколько основных видов товара наиболее часто распространяющиеся с помощью сетевого маркетинга: товары по уходу за домом, предметы личной гигиены, украшения, разнообразные телекоммуникации, товары для здоровья, образовательные товары. С недавнего времени сетевой маркетинг применяется в сложных операциях, таких как страхование, кредитование, ссуды и т.д.

В современных системах сетевого маркетинга рост и развитие невозможны без его информационного обеспечения. Значимым элементом индивидуальной работы является информационное обеспечение клиента – информирование о появлении новых товаров (с проведением для него мини-презентации), так и о правильном, эффективном использовании уже проданного товара. Говоря бытовым языком, нужно научить клиента эффективному и умелому использованию товара, при этом показав его преимущество перед товарами других производителей. Если товар является каким-либо техническим средством, то не лишним будет позаботиться и о постпродажном обслуживании этого товара.

Подобные действия дистрибьютора придают уверенность клиенту в том, что ему всегда в нужный момент будет оказана необходимая помощь. В свою очередь,

положительный отзыв клиента способствует привлечению новых покупателей вашей продукции.

С появлением интернета появился «Сетевой Маркетинг 2.0» новый, более эффективный вид ведения сетевого многоуровневого бизнеса. Главным инструментом этой системы является Интернет. Сетевой Маркетинг 2.0 подразумевает работу с целевой аудиторией, другими словами с теми людьми, которые сами заинтересованы в том товаре, который дистрибьюторы ему готовы предложить, выявление группы заинтересованных и создание доверительных отношений с ними.

В традиционном сетевом маркетинге имеется дело с целевой аудиторией. Заключение контракта происходит тогда, когда торговый агент встречается среди общей массы потребителей представителя нужной целевой аудитории. Поэтому в традиционном сетевом маркетинге достаточно сложно убедить кого-либо присоединиться к бизнесу.

При работе с клиентами вживую, потенциальные потребители которым интересно предложение, рассеяны между теми, кому оно совершенно неинтересно, в интернете найти этих людей гораздо проще, они сами ищут то, что их интересует, читают рассылки, блоги и статьи на темы которые им интересны. Если им интересен определенный товар или услуга, именно эти рассылки, блоги и статьи они будут читать. Интернет позволяет найти тех, кто сам ищет интересующий его товар. Сетевой маркетинг 2.0 в отличие от традиционного сетевого маркетинга предполагает автоматизацию процессов реализации и привлечения новых дистрибьюторов.[2].

Компании, использующие сетевой маркетинг, выделяют ряд достоинств данной концепции:

1. Использование прямых продаж позволяет экономить на рекламе и торговых площадях;

2. Реализация, основанная на демонстрации уникальности товара, может быть более эффективна, чем сбыт через магазины, в которых представлен широкий выбор подобных товаров;

3. Фирма может приобрести лояльных клиентов, которые предпочитают приобретать продукцию только у своих знакомых;

4. Компании стимулируют увеличение объемов продаж различными комиссионными выплатами и вознаграждениями дистрибьюторам.

Также компании, использующие сетевой маркетинг сталкиваются с рядом его недостатков. При увеличении сети распространителей до тысяч человек, контроль за способами, осуществления продаж становится затруднительным зачастую невозможным. Следовательно, никакими силами фирма не в состоянии отследить все злоупотребления доверчивостью клиентов, а также преувеличения возможностей продаваемой продукции.[3].

В итоге необходимо отметить, что товар распространяемый данным образом, должен преподноситься как нечто уникальное, с использованием современного ведения сетевого маркетинга, иначе он не будет пользоваться большой популярностью.

Таким образом, результат планирования и организации мероприятия по продвижению станет реальным показателем, успешности товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мандино О. Сетевой маркетинг. Мандино Ог. [Электронный ресурс] / URL:<http://www.finbook.biz/description.html?prm=17>(дата обращения 9.04.14)
2. Сетевой маркетинг и работа с клиентами [Электронный ресурс] – URL:http://www.mlmvalery.ru/news_29.htm (дата обращения 11.04.14)
3. Vision International People Group, Место и роль на мировом рынке [Электронный ресурс] – URL:<http://mlm.visionbuy.com/what-we-suggest/mlm.html/>(дата обращения 12.04.14)