

انواع الگوهای بازاریابی های شبکه ای در دنیا

بازاریابی شبکه ای به هر دلیلی که بوده برای بسیاری از مردم و حتی کارشناسان اقتصادی ناشناخته است. به نظر می رسد یکی از شاخص های مهم بحث و بررسی درباره هر پدیده ای شناخت علمی آن است. بازاریابی شبکه ای به هر دلیلی که بوده برای بسیاری از مردم و حتی کارشناسان اقتصادی ناشناخته است. استخراج معانی و مفاهیم مرتبط با این نوع تجارت می تواند کارشناسان و صاحب نظران را در تشخیص سره از ناسره یاری کند. در این نوشتار سعی شده است به این مهم اشاره گردد. یادآوری این نکته خالی از فایده نیست که بازاریابی شبکه ای (Network Marketing) در برخی مواقع بازاریابی چند لایه ای خوانده می شود یعنی Multi Level Marketing که به اختصار به آن MLM می گویند.

در بازاریابی شبکه ای دو عنصر اساسی وجود دارد نخست Plan یا برنامه و دوم Product یا کالا.

به استناد یکی از مقالات معتبر و تحقیق یکی از دانشجویان دانشگاه شریف، compensation Plan های بازاریابی شبکه ای بر اساس ساختار پاداش دهی، به ۴ گروه اصلی Breakaway, Matrix, Unilevel و Binary تقسیم می شوند. معمولا برنامه کار شرکت ها بر مبنای یکی از این روشها و یا ترکیبی از آنها است.

▪ Breakaway

در این روش، هر فرد در صورت اتفاق افتادن قوانین خاص تعریف شده، از فرد بالاسری خود جدا می شود. در این صورت فرد جدا شده و گروه پایین دستی او دیگر به عنوان افراد مجموعه فرد بالا دستی محسوب نمی گردند. رسیدن هر فرد به مرحله ای که از فرد بالادستی خود جدا شود مشمول قوانین خاصی مثلا تعداد افراد زیرمجموعه اوست و برای فرد جدا شده مزایای مختلفی از جمله دریافت پورسانت های خاص یا تخفیفات ویژه را در بر دارد، بنابراین هر فرد در این مجموعه تلاش می کند با به موقعیت Breakaway یعنی جدا شدن از فرد بالادستی برسد. در عین حال در هنگام جدا شدن فرد و گروه او از بالادستی، فرد بالادستی به ازای فردی که درست در Level بعد از او قرار دارد درصدی (مثلا ۷٪)، به ازای افراد مرحله بعد از او درصد دیگری (مثلا ۵٪) و به همین ترتیب به ازای سایر افراد نیز پورسانت دریافت می کند. مقدار این پورسانت ها و تعداد Level هایی که فرد بالادستی به ازای آنها پورسانت دریافت می کند بسته به شرکت های مختلف، متفاوت است. در این روش فرد، قبل از رسیدن به مرحله Breakaway نیز بسته به نوع Plan، با قرار گرفتن در مراحل بالاتر می تواند شامل تخفیف ها یا پورسانت های ویژه شود، ولی سود زیاد با رسیدن به مرحله Breakaway و از آنجا به بعد حاصل

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:



می گردد. این روش قبل از بوجود آمدن کامپیوتر نیز کاربرد داشت به این ترتیب که شرکت مادر به جای ارتباط با هزاران نماینده فروش، با تعداد محدودی از افراد که در مرحله Breakaway قرار داشتند، ارتباط برقرار می کرد و آنها نیز به نوبه خود مسوول مجموعه خود بودند.

Matrix ▪

ساختار ماتریسی با رشد کامپیوتر امکان پذیر شد. در این روش تعداد افرادی که هر فرد می تواند در مرحله بلافاصله بعد از خود جذب کند، محدود است و همچنین تعداد مراحل که فرد به ازای افراد پایین دستی خود پورسانت می گیرد نیز محدود است. به طور مثال، در یک ماتریس ۵*۷ هر فرد حداکثر می تواند ۵ نفر را در مرحله بلافاصله بعد از خود عضو کند و در صورت معرفی افراد بیشتر باید آنها را در مرحله بعدی افراد مرحله اول عضو نماید. از طرف دیگر مجموعه فرد حداکثر امکان رشدی برابر با ۷ مرحله دارد و به ازای افراد از مرحله ۸ به بعد پورسانتی دریافت نمی کند. در واقع در مثال یاد شده، فرد مورد نظر، پتانسیل درآمدی برابر با حاصل ضرب تعداد اعضا ۷ مرحله در مقدار پورسانت دارد یعنی:

$$\text{پتانسیل درآمدی} = \text{مقدار پورسانت} * (2 + 5 + 5^2 + \dots + 5^7)$$

البته در واقعیت، مقدار فوق اتفاق نمی افتد و معمولا حتی در موارد موفق، تعداد افراد زیر مجموعه از ۲۲ درصد پتانسیل رشد، تجاوز نمی کند. در حال حاضر ماتریسهای مختلفی از قبیل ۵*۷، ۳*۹، ۳*۱۲، ۳*۳ و ماتریسهای دیگر در compensation Plan شرکت های مختلف به چشم می خورد که نحوه و مقدار محاسبه و پرداخت پورسانت نیز در مورد آنها متفاوت است.

Unilevel ▪

این ساختار، مشابه ساختار ماتریسی است با این تفاوت که فرد در مرحله اول خود می تواند هر تعداد افراد را عضو نماید، ولی همانند ساختار ماتریسی تعداد مراحل که فرد به ازای آنها پورسانت دریافت می کند، محدود است. در تئوری، فرد می تواند تعداد نامحدودی از افراد را در زیر مجموعه خود عضو کند. در عین حال تعدادی از شرکت ها، پورسانت اضافه ای تحت عنوان جایزه نامحدود (Infinity Bonus) در نظر می گیرند که به شکل تئوری فرد می تواند تا مرحله بینهایت پورسانت بگیرد، منتهی شرکت با قوانین دیگری از جمله تعداد افراد فعال زیر مجموعه فرد، مجددا گرفتن پورسانت را محدود می کند.

Binary ▪

شکل جدیدی compensation Plan است که در سالهای اخیر رواج پیدا کرده و در واقع مشابه یک ماتریس بینهایت *۲ است. این بدین مفهوم است که هر فرد می تواند حداکثر دو نفر را در مرحله مستقیم بلافاصله بعد از خود عضو کند و این عضوگیری می تواند تا بینهایت مرحله ادامه پیدا کند. با محاسبات اولیه به نظر می رسد که اگر هر فرد تنها موفق به جذب دو نفر در زیر مجموعه خود شود و هر یک از افراد مرحله بعد نیز به نوبه خود تنها دو نفر را در زیر مجموعه خود عضو کند در این Plan شرط محدودیت سطرها (Levelها) حذف شده و در عوض شرط تعادل اضافه می شود، اما جذاب ترین و بزرگترین تفاوت این Plan با Matrix در نداشتن محدودیت درآمد است حتی برخی معتقدند چون شرایط اشباع پیش نمی آید درآمد می تواند مادام العمر باشد. روش با توجه به قدرت Binary پتانسیل کسب درآمد بینهایت برای هر فرد را دارد. چند موضوع، باعث عدم تحقق این موضوع در واقعیت می شود که در واقع مدل کسب درآمدی شرکت های Binary نیز بر همین مبناست.

از آنجا که بیشتر شرکت هایی که تحت عنوان Network Marketing وارد ایران شده اند دارای Binary Plan هستند، به توضیح بیشتری در مورد مدل کسب درآمدی در این ساختار می پردازیم.

(۱) قانون عدم تعادل:

گرفتن پورسانت در ساختار باینری، علاوه بر تعداد اعضای زیرمجموعه فرد، به تعادل قرار گرفتن آنان نیز بستگی دارد، یعنی برای گرفتن هر پورسانت فرد باید تعداد افراد معینی (مثلا ۲ نفر) در سمت چپ زیر مجموعه خود و به همین تعداد افراد در سمت راست زیرمجموعه خود داشته باشد. گرچه در ساختار باینری، فرض جذب دو نفر جدید توسط هر فرد، فرض واقع بینانه ای به نظر می رسد، اما اتفاقی که در عمل می افتد خلاف این موضوع را ثابت می کند. برخی از افراد با روابط عمومی و تاثیرگذاری قوی می توانند بیشتر از دو نفر را در مجموعه خود عضو کنند. (افراد بیش از دو نفر در مرحله بعدی و در زیرمجموعه افراد مرحله اول قرار می گیرند.) و تعداد زیادی از افراد نیز از جذب دو نفر در زیرمجموعه خود، گند هستند. بنابراین در عمل به جای یک مجموعه کامل متقارن در دو طرف فرد، عدم تقارن اتفاق می افتد.

از طرف دیگر سرعت رشد زیرمجموعه هر فرد در دو جهت چپ و راست بسته به توانایی اعضای زیر مجموعه در آن جهت متفاوت است. اتفاقی که در عمل می افتد این است که افراد دارای تعداد افراد زیر مجموعه متفاوتی در دو سمت خود هستند و پورسانت خود را بر حسب تعداد مشترک دریافت می کنند.

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

همانطور که مشاهده می شود یکی از منابع مهم کسب درآمد شرکت ها با ساختار باینری عدم تعادلی است که در واقعیت اتفاق می افتد. اما اینجا خلاقیت افراد به کار می آید و کسانی که از هوشمندی برخوردارند با ایجاد روابط هدفمند و توزیع متقارن شاخه ها و همچنین همراهی با زیرشاخه ها شبکه را در مسیر تعادل شاخه های خود توسعه می دهد و چنین افرادی هستند که می توانند سود سرشاری را به دست آورند. البته نمی توان از مقوله رقابت زیرشاخه ها نیز غفلت کرد.

۲) قانون سقف درآمد:

با توجه به مورد قبل، می توان مشاهده نمود که با رشد زیر مجموعه یک فرد تا یک حد بالا، می توان تقریباً مطمئن بود که این مجموعه به طور تصاعدی به رشد خود ادامه می دهد و شرکت متعهد است که به ازای افراد جدید جذب شده، تا ابد همواره در بازه های زمانی مشخص، پورسانتی را به طور تصاعدی به فرد پرداخت نماید.

در مورد افراد موفق با زیرمجموعه های بزرگ و رشد یابنده، اعداد پورسانت در هر بازه زمانی می توانند اعداد بسیار بزرگی باشند، لذا در ساختار باینری، سقف درآمدی برای فرد در هر بازه زمانی قائل می شوند که حداکثر مقدار پرداختی به فرد محسوب می شود. این قانون بسته به Plan، قانون Max Out و یا Flush Out نامیده می شود و به این معنی است که افراد اضافی در زیرمجموعه فرد در هر بازه زمانی معمولاً روزانه یا هفتگی، نه تنها در محاسبه پورسانت آن بازه زمانی، مورد محاسبه قرار نمی گیرند، بلکه در محاسبه پورسانت بازه های زمانی بعدی نیز، مورد محاسبه قرار نمی گیرند و در واقع پرداخت شده تلقی می شوند. البته معمولاً قانون سقف درآمد، در مورد افراد با زیرمجموعه های بسیار بزرگ اتفاق می افتد ولی به هر حال یکی از بخشهای جدا نشدنی ساختار باینری و ساختارهای نامحدود دیگر است.

۳) اشباع:

یک مساله مورد بحث در ساختارهای با رشد سریع از جمله ساختار باینری، اشباع است. اشباع به معنی واقعی هیچگاه اتفاق نمی افتد اما زمانی می رسد که بیشتر اغلب دوستان، آشنایان و همکاران فرد یا در شبکه مزبور عضو شده و یا مخالف عضویت در شبکه هستند. در این حالت جذب یک فرد جدید در زیرمجموعه فرد، مستلزم تلاش زیادتر و در واقع هزینه فرصت بیشتر است و لذا در این حالت، تعداد زیادی از افراد دست از تلاش می کشند.

خود این امر باعث افزایش عدم تعادل در سیستم می شود، زیرا بسیاری از افراد که در حالت عادی به تلاش برای متعادل کردن مجموعه نامتعادل خود ادامه می دهند، در این حالت دست از تلاش کشیده و مجموعه خود را رها می کنند. شرکت نیز صرفاً پورسانت قسمت متعادل سیستم را به افراد می پردازد و در عین حال از طریق فعالیت افراد باقی مانده به فروش محصولات خود ادامه می دهد. با توجه به اینکه به دلیل اینکه در یک Plan با طراحی هدفمند همیشه شاخص رشد Plan از شاخص رشد جمعیت کمتر است. اشباع به معنی واقعی هیچگاه اتفاق نمی افتد اما از عوامل تشدید عدم تعادل در سیستم است.

علی رغم وجود موارد بیان شده، ساختار باینری به دلیل امکان درآمدزایی همیشگی از جذابیت خاصی در میان انواع ساختارهای بازاریابی شبکه ای برخوردار است. در عین حال، افراد در این ساختار تلاش می کنند تا با گسترش زیرمجموعه خود به مناطق جغرافیایی جدید، در شهرها و کشورهای دیگر، امکان رشد طولانی مدت شبکه خود را فراهم آورند. همچنین افراد در زیرمجموعه خود، اقدام به خرید مجدد محصول می نمایند تا بتوانند از چند نقطه در شبکه، پورسانت دریافت کنند و در این زمینه تکنیک های بسیاری وجود دارد که به تعادل زیرشاخه های در کنار یک فرد کمک می کند.

منبع : پایگاه اطلاع رسانی صنعت گاز ایران

پرداخت ارائه دهنده راه کارهای تجارت الکترونیک و فروش مجازی
هم اکنون برای مشاوره رایگان تماس حاصل فرمائید:

۰۲۱- ۸۸۴۹۱۶۱۲