

Ajánljuk mindenkinek:

**...aki Online-ra szeretné
váltani, a hálózatépítését**

**M
L
M**

**Valódi hálózatok,
vevők és csatlakozók,
a Multilevel Marketing
világában**

Készítette:

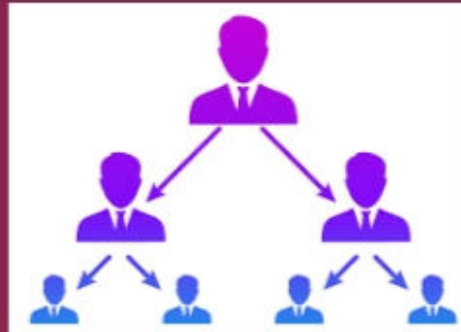
**Szabó Zoltán és
Tóth Csaba**

A Networksystem
csoport megbízásából



Az MLM matematikájából mindenki jól ismeri azt az ágrajzot, ahol egy, a csúcson lévő emberalak alatt még több ember sorakozik és lefelé mélyülve az emberek száma megsokszorozódik. Ez az a rendszer, ami az MLM értékesítést rendkívül hatékonyá teszi. Felépítesz egy fogyasztói vagy értékesítői hálózatot és annak a forgalmából részesülsz. Ez tesz lehetővé olyan bevételeket, amit a hagyományos üzleti modellekkel csak óriási költségráfordításokkal és elég nagy vásárló mennyiséggel tudsz elérni

Valódi hálózatok, a Multilevel Marketing világában



Ráadásul a Multilevel Marketingben, ahogy a nevében is benne van, csupán az értékesítéssel és az értékesítéshez vezető kommunikációs útvonalak kidolgozásával és menedzselésével kell foglalkoznod. Itt megszabadulsz, minden gyártással, termékfejlesztéssel és szállítással kapcsolatos nyűgtől. Azonban a hálózatod, csak akkor működik, a sematikus ágrajz csakis akkor kel életre, ha azt a megfelelő emberekkel töltöd fel.



A legtöbb MLM-el foglalkozó legnagyobb problémája viszont éppen ez, hogy hogyan találjon megfelelő embereket? Olyan embereket, akik egyrészt állandó fogyasztói lesznek az általa értékesített termékeknek. Másrészt, pedig az elégedettség vagy az üzleti lehetőség okán hajlandók azt tovább is ajánlani. A legtöbb esetben mindenki azt gondolja, hogy az ő terméke mindenki számára tökéletes megoldás. Így az ajánlható bárkinek, mert mindenkinek segít.



Emiatt jönnek első körben az ismerősök, mert nekik is milyen jó lesz ez. Aztán az ismerősök mentén próbálunk meg tovább menni, akár a bevonásukkal, akár ajánlással, hogy a sematikus rajzon látott hálót kiépíthessük. Azonban ez a módszer, valójában a házaló ügynökök koncepciója, akik ajtóról, ajtóra járva igyekeznek kideríteni, hogy kell-e valakinek a portékájuk.

A házaló ügynököknek sincs magas presztízs értékük és e módszer miatt nem lesz az MLM-el foglalkozóknak sem. Holott a kortárs marketing rengeteg valóban működő módszert kínál arra, hogy megtaláljuk az ideális jelöltjeinket. Ráadásul úgy találjuk meg az ideális jelölteket, hogy közben a hitelességünk nem leépítjük a barátaink körében, hanem felépítjük azok körében, akiket valóban érdekel, amivel foglalkozol.

Az ideális ügyfél (a buyer persona)

A mai marketing két alappillérre épül, az egyik a szegmentálás, vagyis azoknak a csoportoknak a megtalálása, akiket valóban érdekel a termékünk. A következő lépésben, pedig kifejezetten ennek a csoportnak, csoportoknak szóló kommunikáció kialakítása. Az ennél is korszerűbb eljárás az, amikor már nem csoportokra, hanem kifejezetten egyénekre szabjuk az ajánlatainkat.

Felfedezték ugyanis, hogy a demográfiai adatok, társadalmi helyzet és érdeklődés alapján számos csoportot létre lehet hozni. S mondjuk az a szegmens, amelyiket érdekli az én termékem is, nem konkrétan meghatározható, hanem sokkal inkább a különböző csoportok metszésénél, azok azonos halmazában érhető tetten. Akik képesek ilyen módon létrehozni a célcsoportjaikat, a nekik megfelelő üzenettel, azok sokkal hatékonyabbak lesznek és sokkal nagyobb profitra is tudnak szert tenni.

Az ideális ügyfelek megtalálása azonban szintén egy folyamat. Azonban ezt is ugyanúgy meg kell tervezni, mint minden mást az üzleti életben. Mivel MLM-ről beszélünk kétféle kiinduló pontod is lehet. Az egyik a terméked, a másik pedig Te magad.

A termék eléggé egyértelműnek tűnik, hiszen a cég, akihez tartozol, ő is megfogalmazza, hogy kinek ajánlott a terméke. Milyen problémát is lehet kezelni vele. Azonban, ha kifejezetten jó például a reumásoknak, akkor nem nagyon tudod, hogy hol keresd őket. Senkire sincs kiírva, hogy reumás. Egy reumatológiai rendelésre, pedig azért mégse ülhetsz be a váróterembe, leszólítgatva a betegeket mielőtt bemennek az orvoshoz vagy miután kijönnek tőle. Egyrészt, ha ez működne több MLM-es lenne egy-egy szakrendelésen, mint orvos. Másrészt az orvosok garantáltan nem engednék, mert az ő tekintélyüket árna alá minden ilyen akció.

S ugye az sem lehet, hogy házról házra jársz, hogy lakik-e itt, akinek reumája van, vagy ugyanezt megtenni telefonálgatással is elég macerás és költséges.



Sokszor éppen ezért minden MLM-es cég igyekszik olyan termékeket piacra dobni, ami látszólag mindenkinek jó, mert a komplex multilevel marketing modell nem képes a szelektálásra. Azonban ez nem igaz, sohase lesz olyan termék, ami mindenkinek egyformán jó. S talán ennek is köszönhető, hogy néhány sláger területre, például a fogyasztásra tömémentelen mennyiségű táplálék kiegészítőt találsz és mindegyikről nagyjából ugyanazt állítják az értékesítők. Emiatt, ha a termék kifejezetten jó valakiknek, akkor a hagyományos módszerekkel alig lehet őket megtalálni, ha meg mindenkinek jó, akkor rengeteg mindenkit kell győzködni feleslegesen. Sokszor mivel nem célcsoport specifikus, amit csinálsz, ezért akit megakarsz győzni ő sem látja át, hogy mik lennének az egyedi előnyök, a többi hasonló termékhez képest. S mint tudod, mindenből lehet találni olcsóbb változatot. Olcsóbbat, sőt olyat, aminek a beszerzése is egyszerűbb, mint az MLM termékeké, na és akkor tényleg miért választaná a tiédet?

Termék alapon tehát sokszor hiába tudod ki lenne az ideális célcsoport, nehéz megtalálni őket. Akkor van a másik irány, amikor Önmagadból indulsz ki. Mivel értékesítened kell, így biztosan tudod magadról, hogy kikkel értesz könnyen szót. Milyen életkorúak, milyen érdeklődésűek, akikkel szívesen beszélsz, mi az, ami összeköt titeket. Nyilván velük lesz a legkönnyebb boldogulni, mert „félszavakból” is megértitek egymást. Így, amit Te értéknek látsz, valószínűleg annak fogja látni a tárgyalópartnered is. Ez a hitelességed alapja, a közös értékek, amik alapján sok mindenben egyetértetek. Sokszor, emiatt indul el mindenki az ismerősök mentén, mert ők megértenek, ismernek téged.

Azonban mivel Te ismerős vagy, attól még a terméked, a cég, amit képviselsz teljesen idegen a számukra. Így nem feltétlenül az történik, hogy a Te hitelességed sugárzik ki a termékeidre. Sőt sokkal inkább fordítva szokott történni a dolog. A termék ismeretlensége és túlzott ajánlása miatt, a Te hitelességed szenved csorbát. „Nahát róla, aztán tényleg nem gondoltam volna, hogy ilyen MLM cuccokkal traktál engem!” Talán ismerős ez a mondat számodra, visszahallottad már valahol, hogy ezt mondták a hátad mögött.

A helyes sorrend ugyanis éppen a fordítottja lenne annak, amit a hagyományos MLM-ben csinálnak. Az ismerőseiddel így is, úgyis találkozol, ezt nem kell külön megszervezni. Amennyiben sikeres leszel valamiben, főként olyanok körében, akik korábban nem is ismertek, akkor az ismerőseid maguk fognak érdeklődni nálad, hogy mit csinálsz. S mivel sikeres vagy benne és nem az ő hátukon akartál hálózatot építeni, ezért szívesebben próbálják ki a termékeid. S ha valóban ők is a Te ideális ügyfeleid közé tartoznak, akkor sokkal elkötelezettebbek lesznek, mint mások, akiket korábban nem ismertél. Azonban, mint utólag kiderül nem minden ismerősöd a Te ideális ügyfeled. S ha megfordítod a sorrendet, várva, hogy ők érdeklődjenek nálad, akkor nem is lesz ebből soha gondod.

Hol találom, akkor az ideális jelöltjeim:



Ismerősök



Kollégák



Online

Mit lehet, akkor tenni annak érdekében, hogy ez sokkal jobban működjön? Az ideális ügyfelet a marketingben, buyer persona-nak hívják. Olyan személy, aki nemcsak érdeklődik vagy meghallgat, hanem garantáltan vásárol is. Nos őket hogyan fogod megtalálni? A következő rész erről szól!

Az ideális ügyfél felkutatása



Az ajánlat döntő

Akkor tudod eldönteni, hogy az adott jelölt a Te ideális ügyfeled-e, ha az megfelelően reagál az ajánlatodra. Azonban, az a kérdés, hogy hogyan prezentáld neki az ajánlatod, ahhoz, hogy az ideális jelöltből, valódi vevővé váljon végül?



Hagyományos módszer

A hagyományos módszer szerint szervezel egy találkozót. Amennyiben rosszul csinálod, akkor titokban tartod, hogy mire. Amennyiben korrektül jársz el, akkor elmondod, hogy egy MLM bemutatóra szeretnéd meghívni az adott jelöltet.



Meghívások

Ez az első lépcső. Ki kell tapasztalni, ki kell dolgozni, hogy már a meghíváskor mire reagálnak jól azok, akikkel beszélsz. Mik lesznek azok a kulcsmondatok, amik működnek? Természetesen úgy, hogy igazat mondasz. Mindenki kap ezekhez panel mondatokat, de az a tapasztalat, hogy azok annyira direktsek, élesek, ködösítők vagy nyomulósak, hogy nem igazán működnek.



Kulcsmondatok

Ráadásul a készen kapott panelek, azok tőled idegen mondatok, amiket betanulsz és így nem is lesznek hitelesek. Amennyiben jól akarod csinálni a meghívást, hitelesnek kell lenned és meg kell találni a kulcsmondataid, amik Neked működnek. Ez is már egy fontos visszajelzés, hogy a Te „ideális ügyfeleid” mire reagálnak jól.



Sok-sok telefon kell és nagyon sokféle emberrel kell beszélni a kulcsmondatok kidolgozásához. S azokkal, akikkel beszélsz, azokból a nagyrészüik valójában meg se közelíti a Te ideális ügyfeled profilját. Így kidobott pénz és idő a gyözködése. Azonban időről időre sikerül így is valakit elhívni egy bemutatóra. Egy klasszikus MLM bemutatón a meghívottad megtudja – és ez mindig így van, bármilyen MLM-ről is beszéljünk – hogy milyen nagyszerű és stabil a cég, akit képviseltek. Megtudja milyen csodálatosak, egyediek és innovatívak a termékei. S azt is, hogy milyen káprázatos a marketing terve, amivel egyszerűen gyorsan meggazdagszik bárki.



Akárhogy is szépítjük 10-ből kilenc MLM-es bemutató ilyen. Csoda-e, ha nehéz rá meghívni bárkit. A végén ugyanis roppant kellemetlenül érzi magát a meghívott, mert megy a presszió, hogy milyen ostoba is valaki, ha nem él ezzel a páratlan lehetőséggel. S többnyire sohasem derül ki, hogy mi a meghívott valódi problémája, miért mond nemet az üzletre vagy a termékre. Ilyen helyzetben egyszerűen kényelmetlenül érzi magát és még ha reumás is, s a Te terméked kifejezetten neki szól, akkor is inkább megveszi a TV-ben aktuálisan reklámozottat. Megveszi azt, mert nem lesz számára ilyen „kényelmetlen” a vásárlási helyzet.



Az az ideális ügyfeledből is csak akkor lesz valódi vevő, ha kényelmesen érzi magát az adott szituációban és érzi, hogy az ő problémájára kínálsz megoldásokat. Azonban mivel nem vagy gondolatolvasó, gyakran nem is tudod meg, hogy konkrétan mi az. Épp emiatt jelent óriási segítséget a számodra, ha a hagyományos módszer helyett, az online megoldásokat követed az ideális ügyfél megtalálásban. S az online térben tapasztalt visszajelzések alapján dolgozol a „hagyományos módszereiden” is, mert a személyes tárgyalásra mindig szükség lesz.

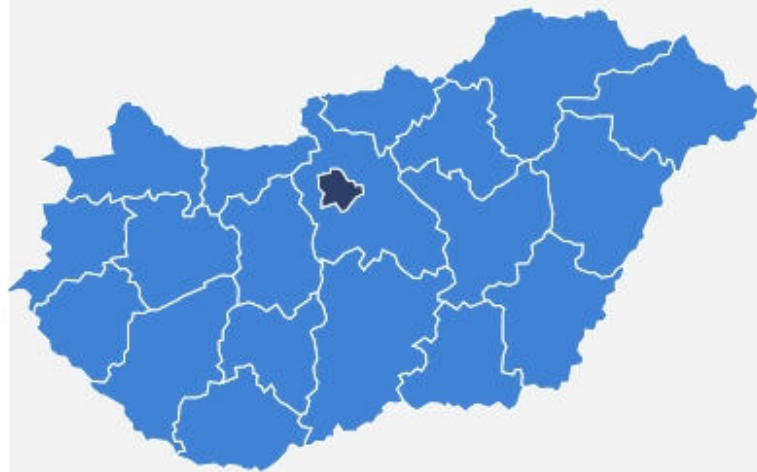
Online Marketing

A mai online rendszereknek viszont megvan, már az az óriási előnyük – emiatt is kellett bevezetni a GDPR szabályozást – hogy megfelelő mennyiségű és minőségű adatot tud gyűjteni a felhasználókról. Ráadásul, ha bármelyik online rendszernél hirdetési lehetőségeket vásárolsz, akkor ezeket az adatokat a rendelkezésedre is bocsájtják.

Nem-nem fogsz kapni egy email listát, de lehetőség van email listaépítésre mégpedig kifejezetten a Te ideális ügyfeiddel. A hirdető rendszerekben a fentebb felsorolt adatok alapján, akár demográfia, akár földrajzi elhelyezkedés, akár társadalmi státusz, akár érdeklődés, kifejezetten meg tudsz szólítani a hirdetéseiddel egy adott célcsoportot. Sőt folyamatos hirdetés mellett azt is tesztelni tudod, hogy valójában ki is a Te ideális célcsoportod.

Ez óriási tapasztalatokkal szokott járni, mert sokan, hiszik azt, hogy tudják kik az ő ideális vevőik. Azonban ahhoz képest, akiket először megjelölnek, megcélozni kívánt célcsoportként, gyakran teljesen más érdeklődésű emberek lesznek azok, akik jól reagálnak az anyagaikra.

A célcsoportok tesztelésére, kiválasztására, ekkora mennyiségben lehetősége sincs senkinek telefonon. Az online térben viszont, a még viszonylag alacsony, havi 25-30 ezres hirdetési kerettel is több ezer embert lehet megszólítani. Amennyiben vásárolnál telefonos, direkt marketing szolgáltatást egy cégtől, akik felhívogatják ugyanilyen mennyiségben az embereket, milliós és nem pár tízezres költségeid lennének.



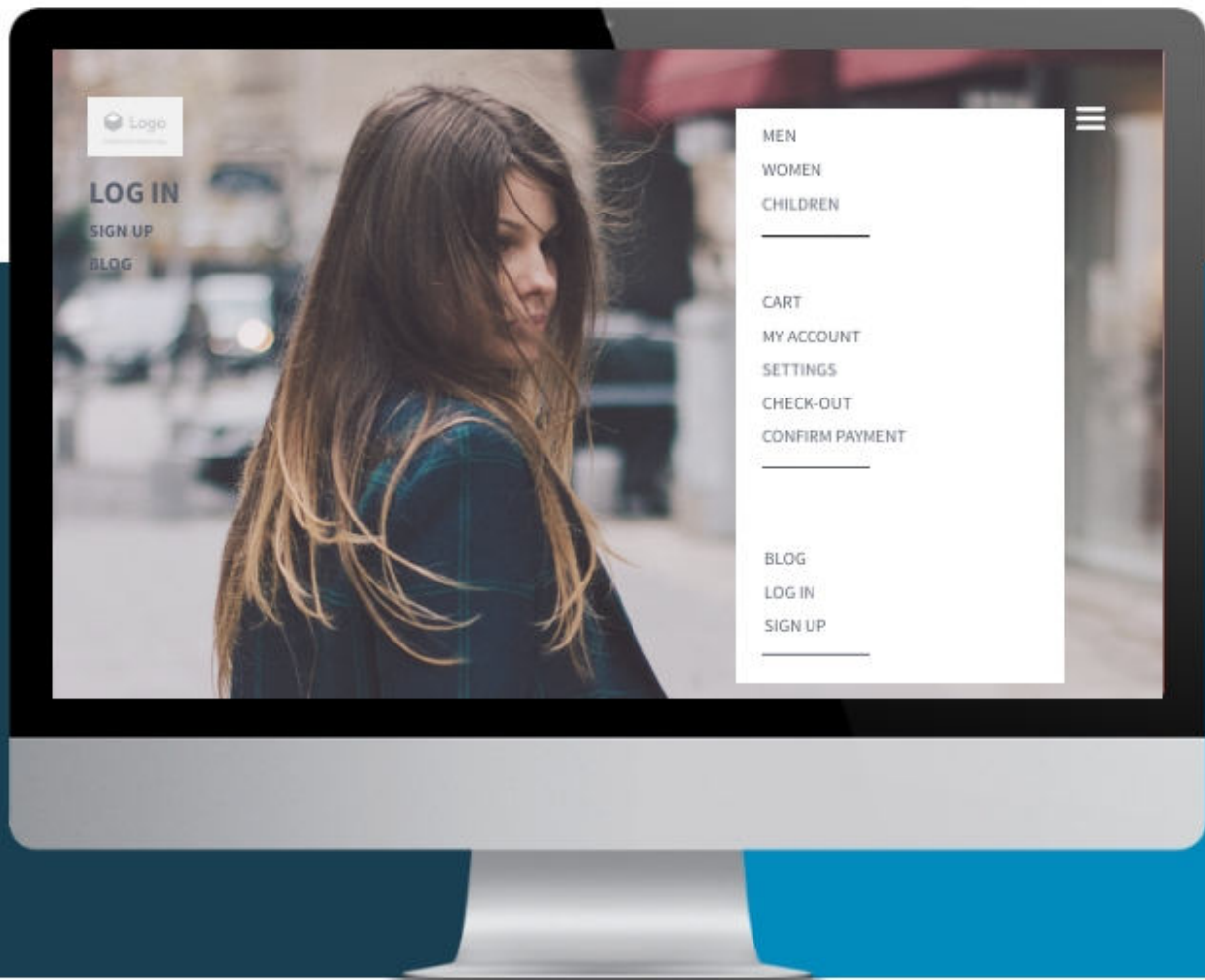
Potenciális ügyfelek elérése hagyományos módon



Potenciális ügyfelek elérése ONLINE

Célcsoportok és üzenetek tesztelése

Ráadásul nemcsak a célcsoportot tudod tesztelni, hanem azt is, hogy milyen üzeneteidre reagálnak a legjobban. Amire az online térben jól reagálnak, az működik a valóságban is. Így sokkal előbb meglesznek a kulcsmondatait az ideális ügyfeleidhez, mintha több száz telefonhívást vagy személyes beszélgetést csinálnál. Az online marketing segítségével egyszerűen megsokszorozódik a lehetőség az ideális ügyfelek megtalálására.



#1

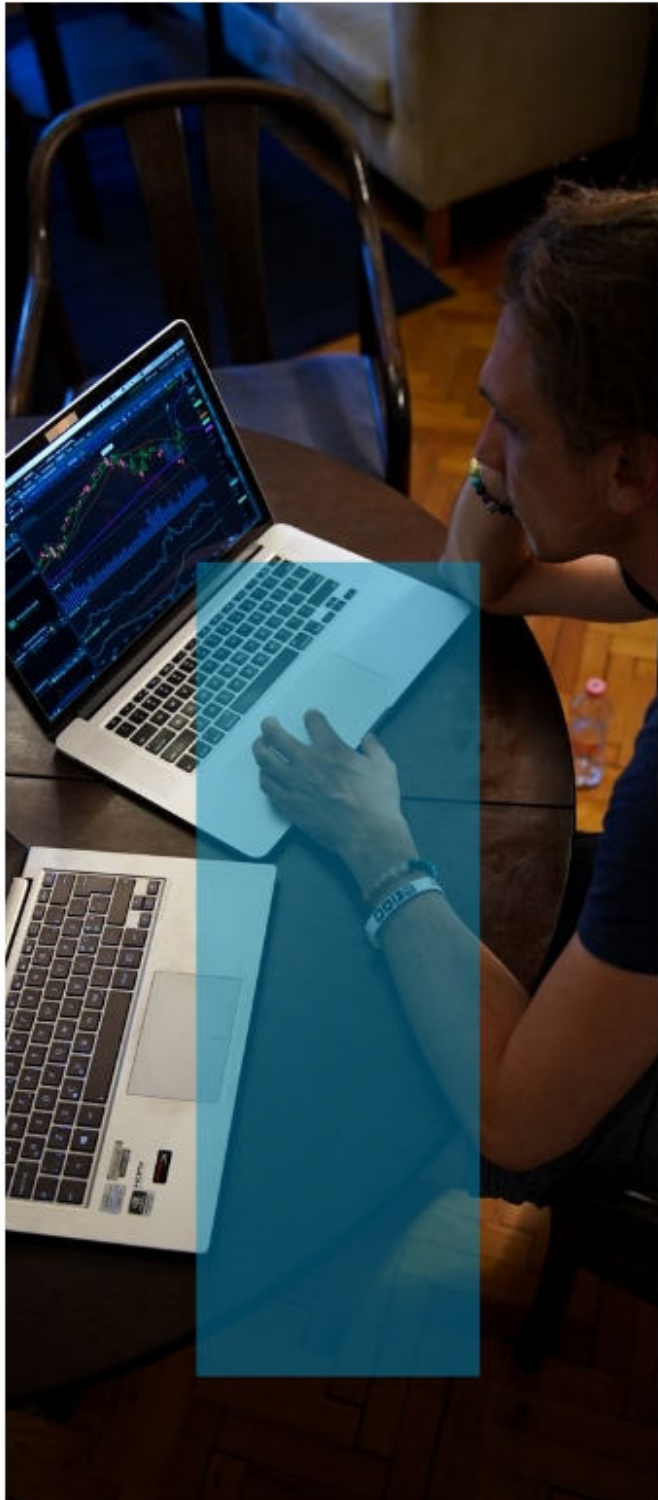
Az ideális ügyféllel való kapcsolat

Az ügyfélgondozás szokott a másik nagy probléma lenni az MLM-ben. Sőt sokszor ez a növekedés gátja is, mert bizonyos számú csatlakozó felett, egyre nehezebb átlátni kire és miért kell figyelni. Mi is az ő problémája, amit Neked most kezelni kellene?

Az online tartalom fogyasztás, sajnos tudjuk, hogy ma már a személyes kapcsolatok rovására is megy. Azonban tény, hogy mindenki rengeteg digitális tartalmat olvas. Akár azért, hogy az üres időket, a várakozást, az utazást kitöltse, akár mert így informálódik vagy így pihen valaki. A digitális tartalom ma már bárhol és bármikor elérhető. A rohanó világban, pedig még inkább szeret az ember, a számára releváns, minőségi tartalmakat kapni.

Az online tér, olyan tartalmi szolgáltató és üzleti kapcsolatépítő közzé vált, amit az MLM-nek sem lehet figyelmen kívül hagynia. S emlékszel többször hivatkoztunk rá, hogy milyen szövegek mentén, milyen technikákkal, milyen mondatokkal igyekeznek már évtizedek óta, a hagyományos módszereket követve hálózatot építeni idehaza nálunk. Mit mondjunk, ezekből egyik sem állja meg a minőségi tartalom szolgáltatásra vonatkozó kritériumokat. S éppen itt, ezen változtatva, jelenthet óriási lehetőséget az üzletépítés és a kapcsolat tartás, már online módon is.





Az internet segítségével fel tudod térképezni, ki a Te ideális célcsoportod, le tudod tesztelni, hogy milyen típusú tartalmakra kíváncsiak, mivel töltenek el több időt. Megannyi marketing kutatási lehetőség, amire korábban esélyed sem volt. Gyakorlatilag, ha jól csinálod a marketinget, a megfelelő embereknek, a megfelelő tartalmakat kínálsz, akkor ezek segítségével a megfelelő ajánlatokat tudod prezentálni is nekik.

Azonban azt tartsd szem előtt, hogy mindenkinek, mindenben megvan a maga döntési ideje. Minél több és minél színesebb tartalmat kap tőled valaki, annál inkább hiteles lesz elötte az adott témában és annál jobban elköteleződik feléd. Gyakorlatilag, ha a megfelelő ütemben, a megfelelő információkat kínálsz valakinek, akkor ő maga akar vásárolni tőled. Ő maga akar, ha meglátja abban, amit képviselsz az üzletet csatlakozni.

A megfelelő online marketinggel, a megfelelő időzítésekkel gyakorlatilag minden negatív élményt kivonsz a hálózatépítésből, ami eddig jellemezte azt. Azonban ne gondold azt, hogy ez valami varázslat. Ez egyféle csoda, ahol, ha online marketingszeregsz és kifizeted a hirdetésekre fordított összegeket, akkor ez már magától működik. Azonban az a jó hírem van, hogy ez tanulható folyamat.

Az oktatási portálunk segítségével, Te is el tudod sajátítani, hogy mikor milyen online kommunikációs csatornát érdemes használnod. Az online marketingben is, minden más területhez hasonlóan, ahol pénzt akarsz keresni, folyamatosan dolgozni kell. Azonban az a jó benne, hogy profi szoftverek és hirdető rendszerek segítségével nagyon sok minden automatizálhatóvá válik. Sokkal nagyobb számú, potenciálisan számodra valóban releváns érdeklődőt érhetsz el. Apránként, hogy valóban jól értsék el tudod nekik mondani mivel foglalkozol, mik a termékeid és miért érdemes azokat tőled megvenni. Sőt a meglévő ügyfelek tömegével is tudod folyamatosan tartani a kapcsolatot. Hogyan és miként lehetséges ez? Csatlakozz Te is az oktatási portálunk előfizetői közé és naprakész leszel az MLM online marketingjében.

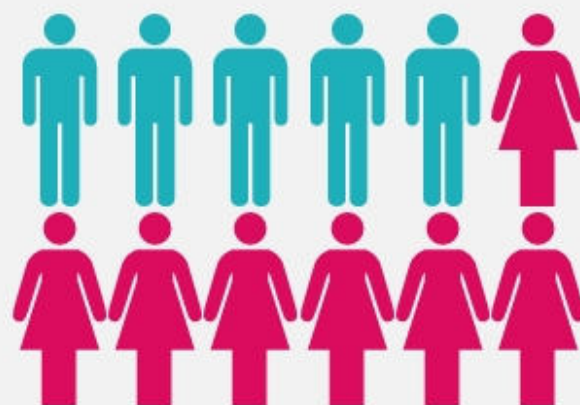
A mesterséges intelligencia alkalmazása az MLM-ben

S van még egy óriási lehetőség az online hirdető rendszerekben, amiről talán nem is tudsz, aminek a segítségével és a folyamatos online jelenléttel egyre hatékonyabb lehetsz. Ez pedig az, ahogyan napjaink kereső robotjai és algoritmusai működnek.

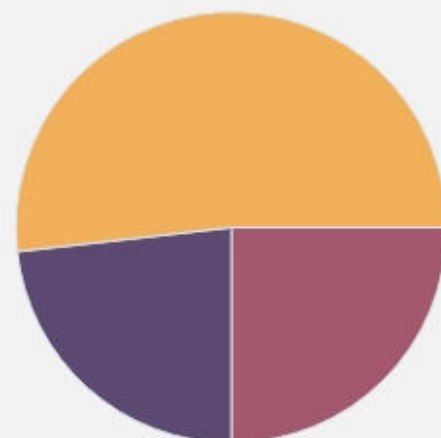
A hirdető rendszerekben ugyanis nem csupán az történik, hogy összegyűjtik az adatokat és létrehoznak belőlük célcsoportokat. Említettük az elején, hogy sokszor nem is egy tiszta célcsoport a Te ideális ügyfeleid halmaza, hanem több csoport metszése, azok közös halmaza. Ez biztosítja a személyre szabott tartalmakat. Nem egy csoportra jellemző, hanem kifejezetten rád szabott releváns tartalmakat és ajánlatokat kapsz, ha a másik oldalon igazi profik állnak.

Amennyiben csupán az életkorod alapján besorolnak egy célcsoportba és az alapján kapsz csupa, olyan tartalmat, amiből elegend van, mert vagy nem érzed magad olyan öregnek, vagy nem tartod magad olyan fiatalnak, hogy ez rád jellemző legyen, akkor egy egyszerű célcsoport marketinget visz valaki. S aki így próbál téged elérni az meg van róla győződve, hogy téged ezek a dolgok, mert éppen olyan idős vagy, márpedig kell, hogy érdekeljenek.

Azonban, mennyivel szívesebben kapsz olyan információkat sportról, társadalmi témákról, művészetekről, szórakozásról, amik valóban érdekelnek és tényleg feldobják a napod, s egészen kor függetlenek. Hisz, aki tevékeny, az mindig örök fiatal.



Célcsoportom



Organikus termékek	14
Rendszeresen sportol	13
Egészséges táplálkozás	29



Szóval, ha még ma is úgy működnének az online algoritmusok, ahogy pár éve, egyszerű tipizálás alapján, akkor is sokat segítene az MLM üzletben, de ma már ennél jóval többet tudnak. Ugyanis, amikor még csak elindulsz a hirdetésekkel, s ha jól csinálod, megfelelően beállítasz mindent, akkor is az elején, valóban nem tudsz mást tenni, mint egy általad kiválasztott célcsoportot megcélozni.



Jönnek a megjelenésszámok, jönnek a kattintások és jönnek valamilyen eredmények. Azonban amikor valamelyik, megfelelően kiválasztott online hirdető rendszerben elindítod a hirdetéseid, akkor kapsz egy „Tanulás” fázis üzenetet. Ez azt jelenti, hogy a leprogramozott algoritmusok ma már nem mechanikusan működnek, hogy na megvan a célcsoport, akkor ahogy a költségkeret engedi nyomjuk nekik a megjelenést, amíg csak lehet.



Nem, ezek a mai feltérképező robotok, algoritmusok már mind mesterséges intelligenciákat alkalmazó fejlesztéseket tartalmaznak. Az az ahány hirdető, annyiféle szempont alapján lesz egészen egyedi az az algoritmus, aminek a segítségével elkezdik keresni számodra a potenciális ügyfeleket. S ahogy egyre többet találnak, úgy ők maguktól megtanulják, hogy mik azok a jellemző jegyek, amik a Te ideális ügyfeleid jellemzik. Sőt azt is megtanulják, hogy milyen napszakokban vagy milyen egyéb tartalmak mellett érdemes megjeleníteni a hirdetést az eredményességhez.

#2

Oktatási Portál hálózatépítőknek



A mesterséges intelligenciával felvértezett algoritmusok olyan szolgáltatást tudnak tenni Neked, ami minden korábbinál elképzelhetetlenebb. Azonban tudni kell megfelelően munkára fogni őket. Sok hirdető sohasem tud kilépni a tanulási fázisból, mert a honlapjuk landoló oldalától kezdve, az adatok mérésén át, egészen a hirdetésekig, sok minden rosszul van beállítva. S az a furcsa, hogy van, akinek még így is működik. Mi lenne azonban, ha minden jól lenne beállítva?

Az online marketing világa olyan mélységeket rejt, amit ma már nagyon fontos átlátnod. A kulcs a munkádhoz, hogy a számodra megfelelően kell átlátnod, de nem kell mindent Neked csinálni.

Vannak, olyan területek, amihez megfelelő szoftverek kellene. Van, ahol elegek számodra az ingyenesek, van amibe érdemes beruháznod. Vannak területek, amiket magad menedzselhetsz és vannak, amihez érdemes profi szakemberek segítségét kérni. Azonban az online munka részterületeinek a kombinálásához, jól kell ismerned az MLM-ek világát is, az üzleti modell marketing lehetőségeit. S emellett meg kell tudnod találni és alkalmazni azokat a korszerű online marketing megoldásokat is, amelyek megfelelnek, a kifejezetten Te általad használt MLM rendszernek.

Amennyiben nincs arra több éved, hogy kitalálsz mit és hogyan érdemes alkalmaznod az MLM-ben, az online marketingból ahhoz, hogy igazán sikeres légy, akkor csatlakozz az oktatási portálunkhoz és mindig naprakész leszel ebben a témában.

