

Kannattaako olla aktiivinen verkostomarkkinoija?

- eli kehotuksen sana passivoitumiseksi ja rahan säästämiseksi

Sisällys

[Tulot miinus menot on toiminnan tulos: voitto tai tappio](#)
[Voitokkaan liiketoiminnan rakentamiseen menee paljon aikaa](#)
[Kannattaako sinun jatkaa aktiivisena olemista?](#)
[Miten firman käy, jos kaikki edustajat lopettaisivat tuotteiden ostamisen?](#)
[Mitkä olivat tavoitteesi, kun ryhdyit ”yrittäjäksi”?](#)
[Ovatko palkkiosi liikesalaisuus?](#)
[Maksatko siitä, että teet työtä?](#)
[Tehokasta aivopesua](#)
[Mahdottomat kasvuluvut](#)
[Vaarallinen ideologia](#)
[Haluatko olla mukana laittomassa toiminnassa?](#)
[Palkkiojärjestelmä](#)
[Ei monimutkaisia pätevyöitymisen sääntöjä!](#)
[Epäoikeudenmukainen palkkiojärjestelmä](#)
[Luottamus sponsoriin](#)
[Uhrien syyllistäminen](#)
[Kannattaako olla aktiivinen?](#)

Tulot miinus menot on toiminnan tulos: voitto tai tappio

Hyvä verkostomarkkinoinnin ammattilainen,

Tee pieni laskutoimitus ja laske tähän asti liiketoimintaan sijoittamasi rahat sekä menot. Laske sitten rahana saamasi palkkiot. Jos menot ja sijoituksesi ovat suuremmat kuin tulot eli rahana saadut palkkiot, olet tappiolla liiketoiminnassa. Mieti sitten sitä, kuinka paljon olet valmis riskeeraamaan jatkossa aikaa ja rahaa bisneksen edistämiseen? Kuluja syntyy koko ajan lisää ja palkkioita ei välttämättä ole heti näköpiirissä.

Voitokkaan liiketoiminnan rakentamiseen menee paljon aikaa

Tiimisi johto sanoo sinulle, ettei palkkioita saa nopeasti vaan tuottoisan organisaation rakentaminen kestää useampia vuosia niin kuin muussakin yritystoiminnassa. ”Lopulta kuitenkin kaikki saavat organisaationsa kasvamaan eikä kukaan häviä rahaa, vaikka luopuisi toiminnasta, koska ”kaupassa käyminen” ei ole sijoitus.” Jokainen on silti ostanut tuotteen, jota ei olisi ostanut muuten kuin lisäänsiomahdollisuuden vuoksi. Jokainen on lisäksi alkanut myydä tuotteita edelleen, joten kyse ei ole kaupassa käymisestä vaan ”myyjäksi” ryhtymisestä. Jos ostat itsellesi kaupasta television, et ala myydä tölöjä sukulaisille ja tuttaville sekä lopulta ventovieraille – vieläpä omalla kustannuksellasi ja ilman palkkaa!

Kannattaako sinun jatkaa aktiivisena olemista?

Onko järkevää ostaa firman tuotteita ja kuluttaa niihin rahaa, koska et tarvinnut tuotteita ennen kuin ryhdyit myyntiedustajaksi? (jälleenmyyjä, ILH, itsenäinen elinkeinonharjoittaja, edustaja, itsenäinen edustaja, franchise-edustaja, jne.) Tarvitsetko tuotteita tällä hetkellä? Ostaisitko niitä mistään muusta syystä kuin

siksi, että pysyt aktiivisena ja saat mahdollisuuden ansaita rahaa alalinjastasi joskus tulevaisuudessa? Jos ainoa syy ostaa tuotteita ja kuluttaa rahaa on lisäansioiden mahdollisuus, sinun kannattaa lukea tämä kirjoitus huolella läpi, jotta et kuluttaisi rahaa turhuuteen. Kyse ei ole pelkästään sinun rahoistasi vaan myös ajasta sekä maineesta, joka sinulla on. Kyse on myös ihmissuhteista, sillä ne kärsivät aina kaupallistamisesta. Joudut myymään tuttaville ja sukulaisille puoliväkisin tuputtamalla ylihintaisia tuotteita, joita he eivät tarvitse tai halua ostaa. Ellet käyttäisi sukulaisuutta tai ystävyyttä hyväksi, ostaisivat he tuotteet muualta ja vielä edullisemmin kuin sinun kauttasi. Todennäköisesti joudut myymään tuotteet ennen pitkään omakustannushintaan eli et saa niistä mitään voittoa.

Jos ostat tuotteita pelkästään siksi, että pysyisit aktiivisena, niin laske, kannattaako se? Laske, paljonko sinulla on pisteitä tai euroja alalinjasi liikevaihdosta "pankissa". Laske, kuinka hyvä mahdollisuus sinulla on saada alalinjasi edustajien määrä ja sitä kautta liikevaihto kasvamaan vaadittavalla tavalla, että saisit sieltä kertyvät palkkiot ulos rahana. Katso kotisivuiltani, joko sinun firmasi toimintaa on analysoitu siellä ja laskettu valmiiksi, miten suuri edustajien määrä pitää alalinjassa olla, jotta pääset voitolle.

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/tyypillinen.htm>

Käsittelen tässä kirjoituksessa myöhemmin pintapuolisesti Move Networks Oy:n pyramidissa olemisen kannattavuutta, mitä aktiivisena olemiseen tulee. Amwayn ja muiden yritysten kohdalla riittää se, että tiedät, kuinka suuri alalinja sinulla on. Alalinja ei voi kasvaa jokaisella edustajalla loputtomiin. Sinunkin alalinjasi jää tietyn suuruiseksi, vaikka tekisitte tiimisi kanssa kuinka paljon tahansa värväystä. Palkkioiden saamisen toive on sinulla tulevaisuudessa: kannattaako panostaa siihen, että onnistut joskus saamaan järjestelmästä rahaa? Paljonko se maksaa sinulle kuukausittain lisää kuluina ja aktivointiostojen kautta? Kuinka paljon alalinjasi kuluttaa kuukaudessa ostoksiin rahaa tällä hetkellä? Se ratkaisee, kannattaako juuri tällä hetkellä kuluttaa itse rahaa järjestelmään.

Jos alalinjan liikevaihto jää niin alhaiseksi, ettet saa sieltä kunnon palkkioita, ei sinulla itselläsikään ole mitään syytä jatkaa Amwayn tai jonkun muun firman tuotteiden ostamista. Ostit vastaavat tuotteet aiemmin muualta ja halvemmalla tai sitten et tarvitse kyseisiä tuotteita laisinkaan. Tee pieni hintavertailu nykyisten ja aiemmin ostamiesi muiden tuotteiden välillä. Älä anna "ansaintamahdollisuuden" ja toimintaan sijoittamiesi rahojen hämärtää arviointikykyäsi. Kuinka suuri osa verkostomarkkinoinnin kautta ostamistasi tuotteista on sellaisia, joita et käyttäisi mistään muusta syystä kuin bisnesmahdollisuuden ja aktiivisena pysymisen vuoksi?

Tutki, ostaako alalinjasi tuotteita firmasta vai ei? Miksi ostaisi, jos heiltä puuttuu tuottava alalinja niin kuin sinultakin? Miksi sinäkään ostaisit tuotteita ja pitäisit itsesi aktiivisena, ellet saa alalinjasi liikevaihdosta euroakaan palkkioita rahana vaan kaikki kertyy varastoon? ("pankkiin") Mistä tiedät, että saat varastossa olevat eurot tai pisteet muuntumaan joskus rahaksi? Laske, miten paljon tarvitset alalinjaasi edustajia, että sinun kannattaa olla aktiivinen. Älä anna sen hämätä, että binäärisen järjestelmän toinen jalka on kasvanut suureksi: et saa sen liikevaihdosta palkkioita rahana. Sinulle maksetaan vain sen huonomman jalan liikevaihdon mukaan, joten tutki vain sitä, paljonko huonommassa jalassasi on edustajia ja liikevaihtoa. Kun sen määrä ylittää "kipukynnyksen" eli sinun on mahdollista saada omat takaisin pelkästään aktivointiostojen kautta, kannattaa olla itse aktiivinen. Värväämisestä saa monessa firmassa jonkinlaisen suoran palkkion, vaikka ei olisi aktiivinen. Ellei, niin ei muutaman kymmenen euron palkkion tähden kannata olla aktiivinen ja maksaa itse saman verran kuukausittain kuluina järjestelmään. Odota

siihen asti, kunnes alalinjasta tulevat palkkiot olisivat yli toimintaan sijoittamasi kulujen verran per kuukausi. Mitä järkeä on maksaa sitä ennen jatkuvasti lisää ja hävitä lisää?

On typerää kuluttaa rahaa turhuuteen ja olla aktiivinen, jos siitä ei kuitenkaan hyödy mitään. Suurin osa alalinjastasi lopettaa tuotteiden ostamisen, koska siltä puuttuu tuottava alalinja. Verkoston ulkopuolelle myydään vain vähän tuotteita, joten niistä saatavilla palkkioilla ei saa edes omiaan takaisin. Kuinka muutaman sadan tai korkeintaan parin tuhannen euron kuukausittaisesta liikevaihdosta voisikaan riittää palkkioita maksettavaksi niin, että jokainen voisi voittaa? Suurin osa palkkioista menee joka tapauksessa bonusjärjestelmän kautta kauas ylälinjaan, joten alimmille tasoille jää pelkkä luu kouraan.

Miten firman käy, jos kaikki edustajat lopettaisivat tuotteiden ostamisen?

Koska MLM-yritysten myynnistä suurin osa on verkoston sisäistä myyntiä itsenäisten edustajien omaan käyttöön, joutuisivat kaikki firmat suuriin ongelmiin, jos alatasoilta lähtien lopetettaisiin aktiivisena pysymisen vuoksi tehtävät kuukausittaiset ostot. Tuotteita ei menisi enää kaupan ja ainoa tulojen lähde firmalle sekä ylätasojen edustajille olisi värväämisestä saatavat provisiot. Värväämisen yhteydessä myydään yleensä kallis tuotepaketti tai peritään vuosimaksu, joka pitää sisällään suuren osan verkostoon palautuvasta rahasta eli palkkioista. Värvääminenkin kävisi vaikeammaksi, kun alatasot lopettaisivat aktivointiostot. Miksi heidän kannattaa olla aktiivinen, koska he eivät saa kuitenkaan mitään rahaa alalinjastaan? Lopettakaa aktiivisena olo, niin huomatte, mikä vaikutus sillä on koko organisaatiolle!

Jos kyse olisi todella tuotteiden myynnistä ulkopuolisille asiakkaille, ei edustajien passivoituminen haittaisi mitään. Koska kyse on kuitenkin värväystoiminnasta ja jatkuvista pääkallorahoista, mitkä sisältyvät ylihintaisen tuotteiden katteeseen ja vuosimaksujen, kuukausimaksujen tai lisenssien hintaan, joutuvat alan yritykset konkurssin partaalle, kun alalinjasta alkaen jokainen lopettaa verkoston sisäisen kulutuksen. Suosittelen tätä lämpimästi. Edes värväämistä ei tarvitse lopettaa. Yrittäkää vain värvätä siihen asti, että olette saaneet aktiivisen alalinjan riittävän suureksi, jotta teidänkin kannattaa olla aktiivinen. Alalinjan pitää tuottaa tietynsuuruinen liikevaihto eri pätevytyksen sääntöjen mukaisella tavalla, että saatte sieltä mitään rahana ulos. Vaikka värväämisestä on luvattu pieni porkkana – esim. 60 euroa per kaksi uutta edustajaa – on se vähemmän kuin mitä kulutate aktivointiostoihin ja olette jo toimintaan sijoittaneet. (=tuleva tappio) On turha ostaa tuotteita, joita ei tarvitse, koska pienestä alalinjasta ei saa palkkioita rahana tarpeeksi, jotta sillä pääsisi edes omilleen.

Ole viisas ja passivoitu! Neuvo kaikkia tiimissäsi olevia passivoitumaan, jos heillä ei ole tuottavaa alalinjaa. Katso sitten, mitä se vaikuttaa yrityksen toimintaan. Jos firma on kunniallinen ja myy tuotteita paljon verkoston ulkopuolelle, niin sillä ei ole hätäpäivää. Passiivisuudesta on etua myös sinulle, jos et tarvitse tuotteita. Mikä siis pidättää sinua? Pistä firma koettelelle ja kerro muillekin, mitä pitää tehdä! Voitte yllättyä siitä, mikä vaikutus tällä hyvällä päätöksellä on tiimin johtoon ja pääyhtiöön. Tiedät itsekkin, että verkoston ulkopuolelle tekemäsi myynti on vähäistä – muutamia kymmeniä tai satoja euroja kuukaudessa tai ei mitään – joten loppuhan siitä tulee. Mikäli olisitte todellakin tuotemyyntiin panostava firma, niin myynti per edustaja olisi paljon paljon enemmän kuin se nyt on. Keskiwertomyyjän tulee myydä 5,000-10,000 euron edestä kuukaudessa, että hän voisi saada edes 1,000 – 1,500 euron palkan perinteisillä aloilla. Verkostomarkkinoinnissa ei voida maksaa sen enempää palkkioita, koska todellisia kustannussäästöjä ei jakelutavasta synny ja myynti on tehotonta henkilökohtaisen suosittelun perusteella

vain tuttavapiiriin. Tehokkain tapa myydä tuotteita on se, kun ihmiset tulevat tuotteiden ja myyjä luo kauppaan. Siksi suurin osa tuotteista tullaan aina myymään perinteisten kauppojen kautta.

Suurin osa verkostomarkkinoinnin myynnistä voi hyvinkin olla edustajien omaan käyttöön ostamia tuotteita, joita he eivät tarvitse. Kun niiden myynti loppuu, loppuu firman toimintakin. Kokeilkaa! Ette häviä siinä mitään! Samat tuotteet saatte muualta vielä edullisemmin! Ette menetä mitään, mutta petollinen järjestelmä, joka on riistänyt teitä, tulee paljastetuksi!

Mitkä olivat tavoitteesi, kun ryhdyit ”yrittäjäksi”?

Lähditkö mukaan sen vuoksi, että saat ostaa yhtiön tuotteita ja palveluita? Vai ryhdyitkö myyntiedustajaksi siksi, että saisit lisäansioita? Jos lähdit mukaan lisäansioiden toivossa ja jätät tappiolle, niin sinua on joko petetty tai sitten olet epäonnistunut yrittäjänä tai molempia.

Verkostoihin värvätään ilman rajoitusta ja valvontaa liikaa edustajia, jotta kaikilla viimeisenä mukaan lähteneillä olisi edes teoriassa mahdollisuus saada alalinjaansa voittoon vaadittava määrä edustajia ja asiakkaita. Silti jokainen mukaan lähtevä toivoo saavansa voittoa liiketoiminnasta. Kukaan ei lähde mukaan hävitäkseen rahaa. Kaikki luulevat, että heillä on hyvä mahdollisuus lisäansioihin, koska ideaa on markkinoitu sillä tavalla ja heidän oma sponsorinsa on sukulainen tai hyvä ystävä: vähintäänkin pahan päivän tuttu. (Paha päivä se onkin, kun joku soittaa sinulle ja sopii tapaamisesta, mutta yrittääkin värvätä sinua mukaan pyramidi-järjestelmään!)

Kukaan ei lähtenyt alun perin mukaan vain sen vuoksi, että saa ostaa firman tuotteita ja lopettaa sitten muutaman kuukauden kuluttua tappiollisena. Kaikki lähtivät voittamaan, mutta vain yksi sadasta voi voittaa. Toiminnasta aiheutuu kustannuksia ja kustannukset ovat tappioita, vaikka se kiellettäisiinkin. Tappiolle jääneiden osuus verkostoissa on ilmeinen, koska koko alalinja menee uusiksi parissa vuodessa. (99 %)

Kaikki nykyiset edustajat eivät voi päästä lopulta voitolle, vaikka niin uskotellaan: ”Tietysti vasta-alkajat ovat ensin tappiolla, mutta jokainen voi kasvattaa organisaatiotaan ja voittaa, jos vain tekee tarpeeksi työtä sen eteen.” On kummallista, että töitä pitää tehdä kuukausi- ja vuosikaupalla voiton saamiseksi! Ideana oli alun perin se, että riittää, kun värväät x henkilöä (esim. 2-6 henkilöä) ja nämä värväävät x henkilöä lisää: niin kaikilla on toimiva alalinja! Sinun ei tarvitse tehdä muuta kuin saada ne kaksi tai useampi henkilö omaan alalinjaasi ja rahaa alkaa tulla ”passiivisena tulona” joka luukusta jatkuvalla syötöllä! Onnistuitko saamaan lähipiiristä kaksi edustajaa alalinjaasi vai pitääkö sinun soitella monen vuoden takaiset tutut läpi eikä sekään auta? Et saa alalinjaasi kasvamaan menestykseen vaadittavalla tavalla, vaikka tekisit mitä. Suorasta tuotemyynnistä saatavat rahaprovisiot tai kate eivät riitä toiminnan kulujen ja alkusijoituksen peittämiseen. Missä syy? Sinussako vai järjestelmässä? Anna sijaa sille ajatukselle, että suurin syyllinen et olekaan sinä itse ja oma kyvyttömyytesi vaan järjestelmä, joka on suunniteltu toimimaan juuri tällä tavalla. Pyramidi on rakennettu siten, että sen on pakko tuottaa enemmän häviäjiä kuin voittajia. Firma voi jatkaa toimintaansa vain siksi, että joka vuosi hävinneiden ja eroavien tilalle värvätään uusia häviäjiä. Tiesitkö sen? Nyt tiedät. Tiedät pian myös sen, että jokaista voittajaa kohden joudutaan värväämään yli sata häviäjää. Sen saat selville, jos luet kirjoituksiani.

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/verkostomarkkinointi2.htm>

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/move.htm>

Ovatko palkkiosi liikesalaisuus?

Kuinka moni edustaja on omassa tiimissäsi ilman tuottavaa alalinjaa? Kysypä sitä, kun seuraavan kerran kokoonnutte! Kysy myös sitä, kuinka moni on tappiolla toiminnassa! Saatat yllättyä vastauksista, jos edustajat kertovat totuuden. Alalla on yleinen käytäntö, ettei palkkioista puhuta sanomalla todellisia palkkioiden määriä, sillä ne ovat "liikesalaisuus". Tällä tavalla pidetään yllä kateutta jäsenten kesken, kun ollaan salamyhkäisiä ja jokainen joutuu arvuuttelemaan, mitähän se kaveri oikein tienaa! "Varmasti enemmän kuin minä" ja niin ollaan edelleen koukussa, kun pitää yrittää tienata enemmän kuin se kaveri tai ylälinja. (Tämä on mahdollista jalkojen tasapainosäännön vuoksi) Mutta olepa sinä ensimmäinen rehellinen tiimissäsi ja tunnusta, paljonko olet häviöllä, kuinka kauan olet hommaa tehnyt, montako edustajaa on alalinjassasi ja miten se on kasvanut jalkojen tasapainon suhteen! Yllätyt vuorenvarmasti, jos jokainen seuraa esimerkkiäsi ja tunnustaa omat tappionsa sekä alalinjansa jäsenmäärän.

Huomaat tästä, ettei homma toimi niin kuin se paperilla esitetään. Kasvuluvut ovat mahdottomat, jotta jokainen voisi menestyä. Jos verkostossasi on nyt tuhat edustajaa ja jokainen tarvitsee alalinjaansa alkuun päästäkseen vaikka vain 20 edustajaa vuodessa - mikä on hidas kasvuvauhti - niin kolmen vuoden päästä pitäisi olla jo 8 miljoonaa edustajaa, jos menestyminen olisi todella kaikille mahdollista! (1,000 - 20,000 - 400,000 - 8 miljoonaa) Yritys pysyy markkinoilla vain siten, että häviäjien ja eroavien tilalle värvätään joka vuosi saman verran uusia häviäjiä.

Harhaanjohtavaa markkinointia

Mainostettiin ideaa sinulle siten, että sinulla on "hyvä mahdollisuus lisäansioihin, toimintaan ei liity riskiä eikä siitä aiheudu mitään kuluja?" Jos mainostettiin sillä tavalla, niin ovatko toiveesi täyttyneet ja vastasiko mainonta todellisuutta? Johdettiin sinua harhaan antamalla toiminnasta väärä kuva? Riskejä on, värvääminen on vaikeaa ja rahaa kuluu jatkuviin aktivointiostoihin sekä kuukausimaksuihin ynnä koulutukseen ja mainosmateriaaliin? Joudutko matkustelemaan ja käyttämään puhelinta normaalia enemmän? Pitääkö sinun maksaa ehdokkaiden kahvituksia? Maksatko itse postimaksut ja varastointikulut, kun tilaat yhtiöltä tuotteita omaan käyttöön tai myytäväksi edelleen? Huomaatko, että ainoa kustannussäästö, mikä yhtiöllä tavaroiden ja palveluiden myymisestä jakelutavasta johtuu, on säästöt mainonnassa, rahdissa, varastoinnissa ja myyjien palkkioissa? Kaikki nämä kulut siirtyvät maksettaviksi itsenäisille edustajille eli sinulle!

Maksatko siitä, että teet työtä?

Alalinja maksaa siitä hyvästä, että saa tehdä työtä ja myydä verkostomarkkinoinnin ideaa yhä uudestaan uusille uhreille. Mainoksetkin ovat tiimin johdolle ja/tai pääyhtiölle tuottava bisnes, sillä jokainen edustaja ostaa mainoksia hienoiseen ylihintaan! Eikö ole nerokas ja riskitön järjestelmä tiimin johdon ja pääyhtiön kannalta, mutta todella kannattamatonta toimintaa alatasojen edustajien kannalta?! Näitä häviäjiä on verkostoissa yli 99 % ja he puolustavat ideaa ehkä kaikkein äänekkäimmin, koska eivät uskalla tunnustaa sitä, että heitä on huijattu! He haluavat voittaa häviämänsä rahat takaisin. Kun se ei onnistu, poistuvat nämä häviäjät lopulta vähin äänin ja tuntevat syyllisyyttä sekä häpeää sen vuoksi, etteivät onnistuneet näin helpossa työssä ja loistavan liikeidean toteuttamisessa. Tehokas aivopesu ja positiivisen ajattelun oppi ovat saaneet tämän aikaan.

Tehokasta aivopesua

Ovatko seuraavat "mainoslauseet" ja "iskulauseet" sinulle tuttuja? (Jos et jaksakaan lukea, niin hyppää pari kappaletta ylitse.)

"Jos vain uskot riittävän paljon, menestyt/ ansaitset miljoonia/ saat isoja tuloja!" "Ajattele positiivisesti, niin tienaat miljoonia ja teet unelmistasi totta!" "Unelmat ovat sinulle elämän polttoainetta ja pitävät sinut käynnissä!" "Älä anna varastaa unelmiasi!" "He ovat vain dreamstealereitä!" "Se on yksin ihmisestä kiinni, menestykö hän alalla vai ei!" "Se ja se on tienannut alalla miljoonia, kun teki vain niin kuin neuvottiin!" "Ala tuottaa enemmän miljonäärejä kuin mikään toinen ala maailmassa!" "Suurin osa maailman miljonääreistä on verkostomarkkinoijia!" "Ala kasvaa jatkuvasti, niin että nyt jo joka neljäs tuote tai palvelu ostetaan verkostomarkkinoinnin kautta!" (todellisuudessa vain alle yksi prosentti - 0,01-0,3 % - myydään verkostomarkkinoinnin kautta ja siitäkin valtaosa menee verkoston sisälle edustajille, ei ulkopuolisille asiakkaille.) "Älä ajattele negatiivisesti!" "Älä kuuntele kritiikkiä!" "Ajattele vain positiivisia asioita!" "Älä päästä mieleesi negatiivisia ajatuksia tai epäuskoa ideaa kohtaan!" "Usko omiin kykyihisi ja tähän liikeideaan, niin menestyt!" "Vain tyhmit eivät ymmärrä tämän idean erinomaisuutta!" "He eivät voi tietää, elleivät itse ensin kokeile!" "He ovat luusereita ja kateellisia teille, kun te menestytte!" (Oletko muuten saanut voittoa vai oletko tappiolla? Miksi olisimme kateellisia luusereille? Tai rikollisille, vaikka he rikkaitakin olisivat?) "Et voi hävitä mitään!" "Kukaan ei häviä!" "Kaikki voittavat!" "Kuluja ei ole!" "Riskejä ei ole" "Tämä on riskitön tapa harjoittaa liiketoimintaa!" "Pääset mukaan pienillä kustannuksilla, jopa ilmaiseksi!" "Mukaan lähteminen ei maksa mitään: se on ilmaista!" "Ei pätevyitymistä! Palkkiojärjestelmä on yksinkertainen! Tämä on alan paras palkkiojärjestelmä! Palkkiojärjestelmään on parannettu edustajien hyväksi! Nyt ansaitseminen on entistä helpompaa!" "Palkkiojärjestelmä mahdollistaa sinulle pääsyn välittömästi kiinni palkkioihin! Saat palkkioita HETI kaikesta organisaatiostasi liikevaihdosta! Saat jatkuvia palkkioita ja pysyviä ansioita! Jo muutaman viikon panoksella voit ansaita niin ja niin paljon! Saat jo muutaman edustajan alalinjalla suurempia palkkioita kuin...! Voitat omasi takaisin jo muutaman edustajan alalinjalla!" (Todellisuudessa palkkioita ei saa heti ja tarvitaan useiden kymmenien ihmisten alalinja, jotta omansa voi saada edes teoriassa takaisin.)

"Sinun ei tarvitse palvella muita vaan saat olla oman itsesi pomo!" "Sinun ei tarvitse noudattaa työaikoja vaan saat itse päättää, milloin työtä teet!" "Miksi jatkaisit raadantaa työnantajasi hyväksi, kun saat niin huonoa palkkaa!" "Miksi antaisit työnantajasi riistää itseäsi, kun hän kuitenkin voi antaa sinulle potkut milloin haluaa ja nauraa sinulle sinun lähtiessäsi?" "Nyt saa riittää orjatyö ja muiden palveleminen!" "Minä tajusin tämän loistavan mahdollisuuden ja aloin tehdä ohjeiden mukaan: nyt tienaan niin ja niin monta tuhatta euroa viikossa/ kuukaudessa!" "Jos värvää alalinjaasi kaksi ja nämä värväävät kaksi, niin tienaat pian näin ja näin paljon!" "Työ on helppoa ja sitä voi tehdä normaalin arkielämän keskellä!" "Saat alalinjasi kasvamaan, kun värvää lähipiiristäsi pari kaveria mukaan!" "Jokainen voi tehdä sen!" "Kaikkien on mahdollista menestyä!" "Tämä mahdollisuus tarjotaan nyt kaikille!" "Sinun ei tarvitse osata mitään: sponsorisi ja me opetamme sinulle kaiken, mitä menestymiseen tarvitaan!" "Et tarvitse suurta tuttavapiiriä tai erityisosaamista: ylälinjasi auttaa sinua menestymään ja rakentamaan itsellesi tuottoisan liiketoiminnan!" "Jos et saa värvättyä alalinjaasi tarpeeksi väkeä, niin voit saada ylälinjasta "ylivuotona" edustajan alalinjaasi ja näin pääset kasvattamaan organisaatiota!" "Tämä on tehokkain tapa markkinoida tuotteita!" "Tuotteet ovat halpoja!" "Tämä on paras asia, mitä sinulle on tapahtunut! Ei numero kolme tai kaksi vaan numero yksi!" "Tämä on loistava elämäsi tilaisuus!" "Tämä on hyvä mahdollisuus lisäansioihin!" "Jos teet, niin kuin sinua neuvotaan, niin menestyt!" "Tee kaikki ohjeiden mukaan, niin menestyt!" "Osallistu siihen ja siihen tapahtumaan, niin saat toiminnan paremmin käyntiin!"

"Osta se ja se opetuskirja tai motivoiva kasetti, niin menestyt!" "Ala kasvaa räjähdysmäisesti, jopa 20 % vuosivauhtia!" "Kohta räjähtää!" "Tämä on kuin Nokia tai Microsoft!" "Kaikkien ihmisten kannattaa liittyä mukaan!" "Säästät rahaa, kun ostat yhtiön tuotteita!" "Verkostomarkkinointia opetetaan yliopistoissa!" "Verkostomarkkinointia pitäisi opettaa lapsille jo alakoulussa!" "Saat lisää ystäviä ja opit sosiaalisia taitoja!" "Saat neuvoja veroasioissa ja opit myyntitekniikkaa, mistä on hyötyä sinulle myöhemminkin, vaikka lopettaisit toiminnan!" "Tämä firma toimii korkeata moraalialia ja etiikkaa noudattaen!" "Verkostomarkkinointi on todettu lailliseksi!" "Tämä on laillinen tapa markkinoida tuotteita ja harjoittaa elinkeinotoimintaa!" "Tämä on uudenlainen verkostomarkkinointifirma, joka noudattaa korkeata liikemiesetiikkaa ja on moraalisesti hyväksyttävä sekä rehellinen yritys." "Tämä ei ole verkostomarkkinointia vaan franchise-yrittäjyyttä!" "Tämä ei ole verkostomarkkinointia vaan network sales -nimistä uudenlaista ja rehellistä liiketoimintaa!" (people´s franchising, networking, verkostopohjaista markkinointia, verkostoitunutta myyntityötä, verkostointia, verkostointimarkkinointia, verkostoitunutta markkinointia, itsenäisenä edustajana toimimista, itsenäistä elinkeinonharjoittamista, yrittäjyyttä, jne. mielikuvitusta riittää, jotta keksitään toiminnalle vähemmän huonomaineinen nimike toimialaksi.) Jne.

Kun edustaja kuuntelee tätä aivopesua tarpeeksi kauan, uskoo hän sen sanomaan. Silloin "tosiasioilla ei ole merkitystä." 1+1 ei olekaan enää kaksi vaan se voi olla vaikka miljoona! Jotkut edustajat valehtelevat kirkkain silmin ja sanovat ansaitsevansa tuhansia euroja kuukaudessa, vaikka ovat tappiolla toiminnassa. Tappiotkin muuttuvat voitoiksi, jos vain uskoo tarpeeksi. Uskotko sinä?

Mahdottomat kasvuluvut

Alatasojen verkostouskovat liittyvät jo eronneiden ja tappionsa tunnustaneiden joukkoon vuoden parin sisällä. Koska he uskovat siihen, että se on vain ihmisestä itsestään kiinni, jos häviää, niin he poistuvat näyttämöltä vähin äänin häpeää ja syyllisyyttä tuntien. He eivät onnistuneet tekemään totta unelmistaan, vaikka pienen lapsenkin pitäisi pystyä siihen, koska järjestelmä on niin hieno ja pettämätön: "paras ja tehokkain tapa markkinoida tuotteita!" Ajatukset on saatu aivopesun kautta kanavoitua tehokkaasti pois itse järjestelmän ja liikeidean huonoudesta. Kaikkien on mahdotonta menestyä, vaikka sitä uskotellaan jokaiselle mukaan liittyneelle. Yksi edustaja tuhannesta voi menestyä, mutta eivät kaikki yhtä aikaa ja loputtomasti.

Kasvuluvut muodostuvat mahdottomiksi, jos jokaisella olisi mahdollisuus menestyä reaaliajassa sitä vauhtia kuin verkoston pitäisi kasvaa. Hidas kasvu ei riitä edustajille: tarvitaan nopea alalinjan kasvu, jotta voisi menestyä. Yleensä edes 20 hengen alalinja ei riitä kuin alulle pääsemiseen, joten katso, miten mahdottomat kasvuluvut ovat, jos jokainen onnistuisi saamaan 20 henkeä alalinjaansa vuoden aikana. Tämä on vielä aika hidas kasvuvauhti siihen nähden, miten nopeasti verkoston tulisi kasvaa, jos meinaa menestyä toden teolla!

1,000
20,000
400,000
8 miljoonaa

Jos verkostossa olisi nyt tuhat edustajaa, pitäisi heitä olla kolmen vuoden päästä kahdeksan miljoonaa, jos menestyminen olisi ihan aikuisten oikeasti kaikille mahdollista. Menestyminen on mahdollista vain harvoille ja ainoastaan siten, että hyväksyy värväävänsä alalinjaan tietyn määrän tappion kärsiviä edustajia, jotta voi itse voittaa.

Oletko sinä valmis värväämään alalinjaan kavereitasi sekä sukulaisia, joiden rahoilla ja työpanoksella annat ylälinjallesi mahdollisuuden menestyä ja ehkä joskus tulevaisuudessa saat itsekkin vähän voittoa? Siitä alalla on kysymys. Koska alimmat tasot vaihtuvat kokonaan parissa vuodessa, pitää heidän tilalleen värvätä jatkuvasti uusia häviäjiä. Sinä olet mahdollisesti yksi heistä, jos olet vielä tappiolla ja mukana toiminnassa.

Mitä kauemmin jatkat kuluttamista, sitä enemmän häviät ja siinä motivaatio, miksi ylälinja ja tiimin johto kannustaa sinua jatkamaan tappioista huolimatta. He valavat sinuun uskoa ja vaativat luottamaan järjestelmään sekä itseensä, vaikka et tunne kumpaistakaan riittävän hyvin voidaksesi luottaa niihin. Tosiasioilla on merkitystä: jos olet tappiolla, niin menettämäsi raha ja aika ovat tosiasioita.

Suostu ajattelemaan omilla aivoillasi, äläkä usko aivopesua, joka kieltää sinua ajattelemasta kriittisesti tai negatiivisesti. On mahdotonta, että jokainen nykyisestä 20,000 – 25,000 Suomessa alalla toimivasta myyntiedustajasta rikastuu. Rikastuminen ei ole mahdollista positiivisen ajattelun tekniikan avulla. Et sinä saa miljoonatuloja, jos vain uskot itseesi ja järjestelmään, verkostomarkkinoinnin liikeideaan. Viimeiseen ei pidä luottaa eikä uskoa vähimmässäkään määrin, sillä se on huijausta ja ihmisten pettämistä varten suunniteltu sekä kehitetty jalostettu versio ketjukirjeestä. Nykyisen lainsäädännön ja lain tulkinnan mukaan verkostomarkkinointi on mahdollisesti myös rahankeräyslain ja pyramidipelien vastaista. Alalla rikotaan sangen yleisesti Kuluttajansuojalakia, lakia sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa ja rikoslakia petoksista sekä muusta epärehellisestä toiminnasta elinkeinoelämässä.

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/lait.htm>

Luuletko tosiaan, että Suomeen on tullut yhtään verkostomiljonääriä? Kaikki tiimijohtajat ja yritysten omistajat paiskivat tällä hetkellä hikihatussa työtä, jotta saisivat alalinjan värväämään tarpeeksi tappion kärsiviä edustajia eroavien tilalle, jottei verkosto romahda kokonaan ja yritys mene konkurssiin. Ei sinusta tule miljonääriä, jos vain uskot siihen! Edes tiimien johtajat eivät ole saaneet unelmiaan toteutumaan, vaikka ovat liittyneet jokaiseen verkostoon ensimmäisten joukossa! Ehkä he eivät ole itse uskoneet tarpeeksi tai sitten he vain tietävät faktat ja johdattavat verkostouskovaisia tahallaan harhaan huijatakseen heiltä rahat ja ajan?!

Ei se ole "unelmien varastamista", jos kertoo totuuden alalla vallitsevasta vääryydestä ja mahdottomista kasvuluista! Se on arkipäivän realismia ja järkevää ajattelua. Ethän sinä tahdo olla kuin jokin järjetön "Ana-zombie" (Amway-uskova) joka uskoo ideaan, vaikka faktat osoittavat sen järjettömyydeksi? Verkostomarkkinointi ei voi toimia edes teoriassa niin kuin se esitetään ehdokkaille, että jokainen voi voittaa eikä kukaan häviä rahaa: miten sitten käytännössä?

Jos olet mukana toiminnassa, niin laske ihmeessä, paljonko olet kuluttanut rahaa verkostoon ja paljonko olet saanut sieltä palkkioina rahaa. Jos saat tulokseksi tappiota, niin jatka tämän neuvon ja kehotuksen sanan lukemista. Voit toki lukea tämän kirjoituksen, vaikka olisitkin saanut voittoa toiminnasta. Tulot loppuvat monesti kuin seinään sen jälkeen, kun kyllästymispiste on saavutettu. Palkkiosi ovat myös moraalittomalla tavalla ansaittuja.

Organisaatiosi tulee onnistua jatkuvasti värväämään lisää uusia jäseniä eroavien tilalle, sillä alan firmojen edustajan ja jälleenmyyjät vaihtuvat kokonaan parissa vuodessa. Hävinneet eroavat systeemistä ja uusia häviäjiä pitää värvätä heidän tilalleen. Sinä olet mahdollisesti yksi niistä yli 99 prosentista, jotka kuuluvat

häviäjien joukkoon. Kannattaa siis jatkaa lukemista, ettet häviäisi lisää rahaa, niin kuin käy niille, jotka jatkavat vuodesta toiseen tappioista välittämättä.

Vaarallinen ideologia

Alan mainonta vetoaa häikäilemättömällä tavalla ihmisten ahneuteen. Maailmassa on paljon ihmisiä, jotka ovat tyytymättömiä taloudelliseen tilanteeseensa ja raskaaseen huonopalkkaiseen työhön. Nämä ovat kuitenkin enemmän mielikuvia kuin todellisuutta. Moni on pohjimmiltaan silti tyytyväinen siihen, että hänellä on turvattu toimeentulo. Työpaikka on etuoikeus, joka mahdollistaa ihmisarvoisen elämän kovassa kilpailuyhteiskunnassa. Verkostomarkkinoinnin ideologia ja tuhlailijan elämäntavan ihannointi murentavat ihmisten uskoa rehellisen työn tekemisen kannattavuuteen ja lisää tyytymättömyyttä vallitsevia oloja sekä työnantajia ja yhteiskuntaa kohtaan.

Mainonta ja aivopesu lisää ihmisten tyytymättömyyttä ja saa heidät halveksimaan perinteistä työtä. Verkostomarkkinointi on ideologiana ja elämäntapana vaarallinen koko yhteiskunnalle. Siinä unelmoidaan rikkauksista, joiden eteen ei tarvitse lopulta tehdä mitään. Tavoite on päästä nopeasti ylös verkoston hierarkiassa vähäisellä työmäärällä. Riittää, että saa verkoston alulle, niin alalinja tekee loput. Tämä on pelkkä turha unelma, sillä edes tiimien johtajat ja yhtiöiden omistajat eivät ole Suomessa saaneet toteutettua tätä unelmaa, vaikka ovat lähteneet mukaan ensimmäisten joukossa. He perustivat itse koko verkoston tai lanseeraasivat sen maahamme, jos firma on ulkomainen. Sekään ei ole auttanut heitä tekemään unelmasta totta. On ihme ja kumma, että viimeisinä alalinjaan liittyneet uskovat koko sydämeästään, että unelman toteuttaminen on heille mahdollista, kun heidän idolinsakaan eivät ole sitä saavuttaneet!

Unelma on vaarallinen. Se murentaa ihmisten uskon rehellistä työtä kohtaan. Se saa heidät halveksimaan sitä, mitä ennen ihannoitiin. Ennen oli kunnia, että mies teki kovasti työtä eläkepäiviin asti ja palveli siten muita ihmisiä: työnantajaa, yhteiskuntaa ja perhettään. Nyt opetetaan jokaiselle sitä, että toisten palveleminen olisi orjatyötä ja halveksittavaa. Tavoite on saada laiskotella ja nautiskella rikkauksista muiden tehdessä työn sinun hyvinvointisi eteen.

Ehkä on vain oikein, että tällaisia unelmoijia vedetään linssiin ja riistetään heiltä yhä enemmän rahaa? He joutuvat itse raatamaan kuin orjat eivätkä saa edes orjan palkkaa työstään. Sen sijaan he maksavat niille huijareille, jotka ovat saaneet heidät uskomaan verkostomarkkinoinnin ylivoimaisuuteen ja loistavaan liikeideaan. Liekö Jumalan huumoria se, että he ovat langenneet omaan kuoppaansa ja heitä kohtaa se, mitä he toivovat muille? Onhan selvää, että alan ihmisen täytyy ennen pitkää tajuta, ettei menestyminen ole kaikille mahdollista ja jos hän menestyy, tarkoittaa se useimpien muiden tappiota hänen alalinjassaan! Yhtä voittajaa kohden on yli sata häviäjää ja yhtä rikastujaa kohden kymmeniä tuhansia tappion kärsiviä edustajia.

Verkostouskova on jatkuvasti ristiriitaisessa tilanteessa. Hän joutuu paiskimaan hullun lailla töitä saadakseen edes muutaman roposen vaivanpalkkaa, mutta hänen unelmansa on vetäytyä aikaisin eläkkeelle ja nauttia rikkauksista sekä lisääntyneestä vapaa-ajasta, luxus-elämästä. Rikastumisen piti olla helppoa vähällä vaivalla, mutta se ei onnistu, vaikka liiketoimintaan uhraisi koko elämänsä. Moni on niin tehnytkin ja kokenut täydellisen haaksirikon alalla, ellei ole ollut valmis häikäilemättömään valehteluun bisneksen edistämiseksi ja saanut osuutta työkalubisneksestä eli liiketoiminnan tukimateriaalin kaupittelusta. (koulutus, tapahtumat, kokousmaksut, puhujapalkkiot, motivoivat kasetit, kirjat, cd:t, dvd:t, videot, mainosmateriaalin myynti, jne.)

Haluatko olla mukana laittomassa toiminnassa?

Jos sinussa on herätetty palkkioesimerkkien avulla toiveita palkkioiden tuomasta ostovoimasta ja jätetty kertomatta taloudellisen turvallisuutesi kannalta tarpeelliset ja riittävät tiedot, niin ideaa on markkinoitu sinulle harhaanjohtavalla ja totuudenvastaisella tavalla. Se on laitonta markkinointia. Tästä on olemassa oikeuden ennakkopäätös markkinatuomioistuimessa, kun Oy Golden Products Ab:lle määrättiin 500,000 markan uhkasakko vuonna 1994. (Golden Neo Life Diamite -yhtiön suomalais-ruotsalainen markkinointiyhtiö)

<http://koti.mbnet.fi/mantynen/mti-1994-14.htm>

Syylisiä laittomuuksiin ovat etunenässä ne henkilöt, jotka ovat opettaneet alalinjaansa markkinoimaan ideaa lainvastaisella tavalla. Sinun sponsorisi ei ole ensisijassa syyllinen harhaanjohtamiseen, koska hän toistaa vain sitä, mitä ylälinja on hänelle opettanut aivopesun kautta. Syytä tiimin johtoa ja pääyhtiötä, jos haluat jonkun pään vadille rötöksistä! Ota selvää, mitä voit tehdä ja onko mahdollista vielä purkaa tekemäsi kauppa ja sopimus yhtiön kanssa. Lue seuraava ohje ja mieti voitko soveltaa sitä omaan tapaukseen, jos tahdot eron verkostomarkkinoinnista ja rahat takaisin.

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/purku.htm>

Herätettiin sinussa taloudellisia toiveita palkkioesimerkkien avulla, mutta jätettiin kertomatta taloudellisen turvallisuutesi kannalta tärkeät asiat kuten odotettu liikevaihto, kilpailutilanne ja hinnoittelumahdollisuudet? Sanottiinko sinulle, kuinka monta verkoston jälleenmyyjää toimii jo valmiiksi sinun alueellasi? Kerrottiin sinulle, että he ovat sinun kilpailijoitasi samoin kuin kaikkien muiden alan yritysten jälleenmyyjät, jotka myyvät samoja tuotteita kuin sinä? Tuotteiden ei tarvitse edes olla samoja, sillä verkostomarkkinointi on teollisuuden ala, jolla työskentelee aina vain tietty maksimimäärä väestöstä. Suomessa ei voi olla kerralla enempää kuin noin 25,000 alan edustajaa, koska negatiiviset kokemukset tappioiden myötä rajoittavat edustajien määrää. (0,3-0,5 % väestöstä) Kun tappion kärsineet vaihtuvat alalla niinkin nopeasti, että yli 99 prosenttia kaikista edustajista vaihtuu parin vuoden aikana, ei negatiivinen informaatio voi olla vaikuttamatta ihmisten päätöksiin. Suurin osa ehdokkaista ei lähde mukaan toimintaan, koska on kuullut ennalta tarpeeksi tietoa alasta ja kyseisestä yhtiöstä. He eivät ole huiputettavissa yhtä helposti kuin ne, jotka eivät ole ottaneet selvää alan ongelmista ja epäoikeudenmukaisesta palkkionmaksujärjestelmästä sekä markkinoiden tarkoituksellisesta kyllästyttämisestä. Tiimit värväävät tahallaan liikaa edustajia eikä kukaan valvo tai rajoita heidän määräänsä. Lopulta tietyllä alueella on aina liikaa myyjä eikä kaikille riitä tarpeeksi asiakkaita tai ehdokkaita alalinjan rakentamiseksi, jotta jokaisen olisi mahdollista menestyä edes teoriassa.

Verkostomarkkinoinnin ensisijainen kohderyhmä ovat ne, joilla ei ole edellytyksiä hankkia tietoa alasta. Tyypillinen alimpien tasojen edustaja on vähän koulutettu, opiskelija, työtön nuori, matalapalkka-aloilla työskentelevä, osa-aikatyötä tekevä, eläkeläinen, (nuoren edustajan vanhemmat tai isovanhemmat) eli kaikki ne, joilla ei ole kotona internet-yhteyttä ja jotka eivät etsi netistä tietoa ennen päätöksen tekemistä. Näiden ihmisten on myöhemminkin vaikeata löytää oikeaa tietoa, koska ylälinja kieltää osallistumasta foorumeilla käytäviin keskusteluihin ja lukemaan kritiikkiä netistä. Kielteisesti alaan suhtautuvia ihmisiä ei saa kuunnella eikä ottaa vastaan negatiivista palautetta alasta, varsinkaan liikeideaan ja järjestelmään kohdistuvaa kritiikkiä.

Suomessa sovelletaan käytäntöön jo nyt tulevan rahankeräyslain uudistuksia. Siinä määritellään laitton rahankeräys ja pyramidipelit sillä tavalla, että moni tai käytännössä katsoen jokainen alan firma voitaisiin tuomita sen perusteella laittomaksi rahankeräykseksi ja pyramidipeliksi, vaikka tuotteita myytäisiin verkoston kautta. Jos tuotteiden katteeseen sisältyy rahankeräykseen verrattavia piirteitä eli ne myydään ylihinnalla ja edustajien maksamista rahoista palautetaan ylätasolle huomattava osa palkkioina alatasojen jäädessä käytännössä lähes ilman korvausta tekemästään työstä, voi kyseessä olla laitton rahankeräys tai pyramidipeli. Jos ideaan kuuluu aloituspakettien, vuosi-, kuukausi-, lisenssi- tai muiden maksujen periminen ja raha siirtyy alemmilla tasoilla ylemmille ilman että rahan maksaja saa rahalleen vastiketta tai saadun tuotteen taloudellinen arvo on vähäinen sijoitettuun rahaan nähden, voi kyse olla laittomasta pyramidipelistä.

Lue lisää alan laillisuudesta:

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/laki.htm>

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/lait.htm>

Tahdotko sinä olla osallinen mahdollisesti laittomasta toiminnasta ja värvätä siihen mukaan muitakin, omia sukulaisia ja hyviä ystäviä? Tahdotko, että he saavat merkinnän rikosrekisteriin, menettävät saamansa taloudellisen hyödyn valtiolle ja saavat päälle sakkoa tai ehdollista vankeutta? Vaikka jonkin firman toiminta ei olisikaan suoraan laitonta niin, että se selviäisi sitä vastaan nostetuista syytteistä, niin on toiminta kuitenkin aina moraalitonta ja epärehellistä, koska työntekijät eivät saa kohtuullista korvausta tekemästään työstä ja heitä johdetaan jatkuvasti tahallaan harhaan.

Palkkiojärjestelmä

Laske palkkiojärjestelmän avulla tarkasti se, milloin olet oikeutettu palkkioihin ja kuinka paljon saat palkkioita sitten, kun olet niihin oikeutettu. Käytä apunasi sellaista henkilöä, joka ymmärtää palkkiojärjestelmän. Ylälinja on väärä paikka pyytää apua: he johdattavat sinua harhaan, koska eivät itsekään ymmärrä palkkiojärjestelmää tai sitten ymmärtävät sen, mutta johdattavat tahallaan sinua harhaan, jotta sinä et sitä ymmärtäisi! Voit pyytää avuksesi toista tappiolla olevaa edustajaa, mutta älä ketään, joka kerskaa voitoilla tai on fanaattinen verkostouskova. Sellainen ei voi ajatella selkeästi ja kriittisesti, koska sehän on kiellettyä, "syntiä".

Palkkiojärjestelmä on erittäin monimutkainen ansa ja täynnä ristiriitoja, joten et välttämällä pääse ihan heti selvyyteen siitä, millaiset ovat sinun todelliset mahdollisuutesi saada palkkioita. Katso sivuiltani, löytyykö oma firmasi sieltä: analyysistä ja laskelmistani voi olla sinulle apua. (sekä muiden laskelmista, jotka ovat auttaneet minua ja sinua)

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/tyypillinen.htm>

Laske, kuinka paljon tarvitset edustajia jalkojen tasapainossa, jotta saisit riittävästi palkkioita alalinjasi tekemästä liikevaihdosta. Ota huomioon kaikki ehdot, jotka estävät liikevaihdosta syntyvän provision muuntumisen rahaksi. Huomaa, etteivät kaikki "palkkiot" olekaan rahaa vaan ne ovat pisteitä tai euroja, jotka kertyvät "varastoon" tai "pankkiin". Ne maksetaan ulos rahana vasta sitten, kun kaikki ehdot on täytetty. Et voi maksaa "varastossa" olevilla euroilla vuokraa, lainan korkoja ja lyhennyksiä, ostaa bensaa, vaatteita tai ruokaa, käydä elokuvissa tai parturissa/kampaajalla: ne eivät yksinkertaisesti ole käypää valuuttaa vaan pelkkää "leikkirahaa", jonka avulla teitä on huijattu luulemaan, että firma maksaa kaikesta

liikevaihdosta palkkioita kaikille edustajille! Vain harva ja valitut saavat niin paljon palkkioita, että sillä voi tulla toimeen. He ovat pääsääntöisesti firman omistajia ja tiimin johtajia, jotka ovat olleet ylimmillä tulokeskuksilla alusta asti. Muut, jotka ovat nousseet eniten tienaa-ville sijoille, ovat toimineet neuvokkaasti ja onnistuneet huijaamaan alalinjaansa suuren osan niistä edustajista, jotka liittyvät vuosittain eroavien edustajien tilalle. Huomaa, ettei edustajien kokonaismäärä kasva, vaikka yksittäinen verkoston linja paisuisikin suureksi! Yhden menestyminen on aina toisen tappio verkostomarkkinoinnissa. Jos joku myöhemmin mukaan lähteneistä onnistuu kipuamaan verkoston huipulle, on se pois aiemmin mukaan liittyneiden tuloista. Mitä myöhemmin mukaan liityt, sitä huonommat mahdollisuudet sinulla on nousta huipulle, mutta kyllähän se mahdollista on: yhdelle tuhannesta!

Suurin osa liikevaihdosta kertyvistä palkkioista jää maksamatta, koska suurin osa edustajia ei täytä niiden maksamiselle asetettuja ehtoja. Tämä on tarkoituksellista. Yhtiöllä ei ole vara maksaa palkkioita "kaikesta liikevaihdosta" ja kaikille ylälinjassasi oleville edustajille. Palkkiot muuntuvat rahaksi vain osalle heistä, ehkä maksimissaan kahdeksalle henkilölle. Muut jäävät ilman alalinjan ostoista ja myynnistä kertyvää rahapalkkiota, koska eivät ole "pätevöityneitä" saamaan niitä. Vaikka palkkiot joissakin tapauksissa tuloutuisivat rahaksi useammille henkilöille, on niiden määrä käytännössä sangen pieni per henkilö. Puhutaan muutamista euroista tai kymmensenttisistä per myyntitapahtuma alalinjassa. Jokaisesta myyntitapahtumasta palautetaan ylälinjaan vain tietty prosentuaalinen osa myyntikatteesta. (Myyntikate on tuotteen liikevaihto miinus tuotteen hankintakulut) Se voi olla esimerkiksi 40-60 % katteesta, mutta ei lähellä sataa, ellei firma halua mennä konkurssiin.

Yksikään firma ei maksa palkkioita omasta pussistaan, vaikka sellaista on uskoteltu, että firmat maksaisivat niin paljon palkkioita, että ne ylittävät myynnin määrän monituhatkertaisesti! Tämä on kuuleman mukaan mahdollista sen johdosta, että leikataan palkkakaton avulla ylätasoilta palkkioita pois ja siirretään ne maksettaviksi alatasoille. Lisäksi järjestelmä on niin ihmeellinen, että se tekee mahdolliseksi palauttaa 60 euron myyntitapahtumasta vaikka 9000 euroa palkkioina verkostoon. Ihmeellisintä tässä on se, että alalinja uskoo näitä väitteitä. Yksi plus yksi ei ole todellakaan kaksi vaan se voi olla mitä tahansa, kun puhutaan verkostomarkkinoinnista.

Firmat palauttavat todellisuudessa vain osan saamastaan myyntikatteesta palkkioina myyntiedustajille, käyttävät loput muiden kulujen peittämiseen ja keräävät yhtiöstä voitot päältä pois. Petollisimmat firmat häivyttävät rahat tekaistujen kuittien avulla veroparatiiseilla kotipaikkaa pitäviin firmoihin, joiden omistajat ovat yllättäen samoja henkilöitä kuin Suomessa toimivat tiimien johtajat ja/tai suomalaisen verkostomarkkinointiyrityksen omistajat. Näin ulosmittaaja ja verohallinto jäävät vaille saataviaan, mikäli yhtiö tuomitaan laittomuuksista. Omistajat todetaan varattomiksi ja he pääsevät kuin koira veräjältä, sillä rikoksista saa vain ehdollista vankeutta. Määrätyt sakot voi aina maksaa, sillä veroparatiisissa on rahaa tallella myös tulevien viritelmien suunnittelua varten. Päiväsakot ovat sitäpaitsi liikuttavan pieniä, koska eihän näillä "verkostomiljonääreille" ole valtion verotuksessa juuri lainkaan ilmoitettuja tuloja! Samat tiimi johtajat jatkavat tällä tapaa vuodesta toiseen ja vaihtavat ainoastaan firmaa, minkä "tuotteita" he kauppaavat. Todellinen tuote on kuitenkin verkostomarkkinoinnin liikeidea, mikä myydään yhä uudestaan uusille uhreille. Verkostomarkkinoinnilla voi huijata vuodessa noin 25,000 ihmisen rahat pois ja aina riittää tarpeeksi huijattavia, jotka lankeavat ahneuksissaan mukaan "helpon rahan toivossa". Pitäisi vain muistaa se, ettei helppoa rahaa olemassakaan eikä sitä ainakaan kaikille näin avoimesti tarjottaisi, jos sitä olisi.

Ei ole järkevää ajatella, että muutaman kymmenen tai sadan euron kuukausittaisella liikevaihdolla per keskimääräinen edustaja voitaisiin ruokkia kokonaista miljonäärien armeijaa. Se raha ei riitä edes yhdelle rikastumiseen asti ja siitä syystä huijarit joutuvat tekemään ankarasti töitä eläkepäiviin asti, kun motivoivat tiimejään värväämään aina vain lisää ihmisiä verkostoihin. Tuotemyyntikoulutus ja tuotemyynti ovat sivuseikkoja. Jokainen lähestyy kontaktiaan aikomuksena värvätä tämä edustajaksi. Vain harvat toimivat siten, että myyvät etusijassa tuotteita eivätkä värvää uusia jäseniä. Verkostomarkkinointi on ihmisten värväysjärjestelmä eikä mitään todellista liiketoimintaa ja asiakkaiden palvelemista. Tyypillinen asiakas on edustaja itse, joka ostaa tuotteita itselleen, mutta ulkopuoliset asiakkaat puuttuvat lähes täysin tai heitä on vain vähän. Liikevaihdosta valtaosa muodostuu verkoston sisäisestä kulutuksesta, mikä on tyypillistä laittomille pyramidipeleille ja rahankeräykselle.

Ei monimutkaisia pätevytymisen sääntöjä!

Jokaisessa alan firmassa on pätevytymisen säännöt, vaikka he valehtelevatkin, ettei niitä ole. Tiedät heidän valehtelevan, jos olet mukana toiminnassa: et saa jokaisesta alalinjasi myyntitapahtumasta HETI palkkiota rahana vaan se kerääntyy sinulle ensin varastoon. Kaikissa firmoissa ei saa provisiota edes itse ostamistaan tai suoraan myymistään tuotteista. Niistä menee provisiot vain ylälinjaan ja nekin ensin "pankkiin" eli varastoon pisteinä tai virtuaalieurossa. Näin suuri osa palkkioista jää lopulta maksamatta ja se rikastuttaa vain pääyhtiötä. Yhtiö palauttaa verkostoon ainoastaan tietyn osan myyntikatteesta, yleensä 40-60 prosenttia. (Myyntikate on liikevaihto miinus tuotteen hankintakulut) Se ei voi palauttaa enempää, koska toimisi muuten tappiolla.

Palkkiojärjestelmät sisältävät erilaisia ehtoja, joiden mukaan palkkioita ei tarvitsekaan maksaa, vaikka alussa ehdokkaat ja uudet edustajat saadaan luulemaan, että palkkioiden saaminen on helppoa. Ehtoja ovat mm. verkoston tasapainoinen kasvu, portaittainen palkkion maksu, aktiivisuussäännöt ja mahdolliset muut säännöt. Aktiivisuussääntöihin voi kuulua mm. se, että sinun täytyy itse ostaa yhtiön tuotteita tietyllä summalla joka kuukausi ja sinulla pitää olla tietty määrä asiakkaita, jotka ostavat niitä myös.

Epäoikeudenmukainen palkkiojärjestelmä

Palkkioista päätyy suurin osa ylätasojen edustajille, joita on alle yksi prosenttia kaikista edustajista. He tekevät myös liikevaihdosta alle yksi prosenttia. Alan moraalittomuus on siinä, että myyntityön tekijät eivät saa palkkaa tekemästään työstä vaan se maksetaan ylätasolle. Palkkiot ovat muutenkin pienet per edustaja, koska yhtiö tarvitsee tietyn kateen peittääkseen sillä kulujaan ja saadakseen voittoa toiminnasta. Tyypillisen edustajan palkkiot ovat noin 20-40 euroa kuukaudessa, mutta harvalukuinen eliitti voi ansaita jopa tuhansia euroja viikossa.

Miltä sinusta tuntuu nyt, kun tiedät, että yli 99 prosenttia edustajista tekee yli 99 prosenttia kaikesta työstä ja liikevaihdosta, mutta saa vain murto-osan niistä palkkioista, mitä ylätasojen edustajat saavat, ne, jotka tekevät vain alle yksi prosenttia kaikesta työstä ja liikevaihdosta? Onko palkkionmaksujärjestelmä oikeudenmukainen? On kummallista, että vaikka alalinja tietäisi, miten vähän alatasot saavat ja miten paljon ylätasot tienaa, pitävät he järjestelmää silti oikeudenmukaisena. He haluavat päästä itse ylimmille tasoille ja nautti passiivista tuloista, joten he ovat lopulta valmiit hyväksymään sen, että voivat jäädä itse tappiolle "pelissä". Verkostomarkkinointi on heille kuin lottoa, jossa voi hyvällä onnella voittaa, mikäli saa alalinjan kasvamaan tasapainoista kasvua, jotta on oikeutettu maksimipalkkioihin. Tällaisille ihmisille on loppuviimein ihan oikein, että joutuvat maksamaan siitä, kun tekevät työtä muiden rikastuttamiseksi ja myyvät

heidän ideaansa. Sääliksi käy vain niitä lukuisia rehellisiä ihmisiä, jotka on huijattu mukaan käyttämällä hyödyksi sponsorina toimineen omaisen tai ystävän hyvää nimeä ja mainetta. Sellaisen nimi ja maine ei tosin pysy kauan aikaa hyvänä, jos hän jatkaa alalla senkin jälkeen, kun ilmeiset epäkohdat ja epäoikeudenmukaisuus ovat selvinneet hänelle.

Järjestelmän pahuus piilee myös siinä, että ylälinja "monistaa" alalinjansa yhtä pahaksi kuin mitä se itse on. Näin nämä kopioidut petolliset työntekijät jatkavat vuodesta toiseen herkkäuskoisten ihmisten saalistamista ja riistävät heiltä rahat sekä ajan. Lopulta he jättävät ryöstämänsä ihmiset hyljättyinä yksin, häpeää ja syyllisyyttä tuntemaan, sillä "sehän on yksin ihmisestä itsestään kiinni, menestyykö hän vai ei." Monistaminen on tehonnut todella hyvin, kun huijatut ihmiset luulevat olevansa itse syyllisiä siihen, että heidät huijattiin. Vapaaehtoisuuteen ei tässä kohden ole oikeamielistä vedota, sillä huijattu ihminen on harhaanjohtavan markkinoinnin uhri. Syyllinen on se, joka johtaa harhaan, ei se, jota johdetaan harhaan.

Työstä pitäisi aina saada palkkaa, mutta verkostomarkkinoinnissa palkkiot maksetaan niille, jotka eivät työtä tee, vaan ainoastaan kouluttavat alalinjaa työtä tekemään ja ennen kaikkea värväämään uusia "työntekijöitä" järjestelmään. He neuvovat sinua myös kuluttamaan jatkuvasti yhtiön tuotteita ja ostamaan motivoivaa materiaalia sekä maksamaan koulutuksesta ja erilaisten tapahtumien pääsymaksujen muodossa lisää rahaa verkostoon. Tiedät tämän olevan totta, jos olet mukana verkostomarkkinoinnissa. Jatka siis lukemista, jos tahdot säästää rahaa ja aikaa, joka on myös rahanarvoista vapailla työmarkkinoilla.

Verkostomarkkinointi on vapaissa markkinatalouksissa ainoa toimiala, jolla työntekijä joutuu maksamaan siitä, että pääsee töihin ja jatkaa työn tekemistä. Maksuja ja kuluja ovat: aloitusmaksu, vuosimaksu, kuukausimaksu, lisenssimaksu, aktivointimaksu, koulutusmaksut, kokousmaksut, tapahtumien maksut, mainosmateriaalit, käyntikortit, aivopesumateriaali - cd:t, dvd:t, videokasetit, kasetit, kirjat, vihkoset - tuotteiden ostopakko, jolloin liittymismaksu sisältyy tuotteen hintaan ja hyvään katteeseen eli tuotteet ovat ylihintaisia ja myydään verkostoon hyvällä voitolla, sekä muut toiminnan kulut: puhelin, matkat, ruokailu, kahvitukset, ym. Palkkioista vähennetään aina arvonnlisävero eli ilmoitetut palkkiot eivät ole sama asia kuin raha, jonka saat käteen. Koska raha siirtyy alatasoilta ylätasolle eivätkä alatasojen edustajat saa vastiketta rahalleen ja työpanokselleen, on verkostomarkkinointi mahdollisesti laitonta rahankeräystä ja pyramidipelä. Katso seuraava linkki, jossa käsitellään verkostomarkkinoinnin laillisuutta nykyisten lain säädösten ja asetusten mukaan:

<http://www.kolumbus.fi/petteri.haipola/verkostomarkkinointi/tyypillinen/laki.htm>

Mitä tuotteita myydään?

Alalla myytävä varsinainen tuote on verkostomarkkinoinnin liikeidea. Se myydään yhä uudestaan uusille uhreille. Toinen tuote on liiketoiminnan tukimateriaali eli "työkalut". Siihen sisältyy kaikki voitolla myytävä koulutus, tapahtumat, kokoukset, motivointimateriaali, kasetit, videot, kirjat, käyntikortit, mainosmateriaali, jne. Vasta kolmantena tulee yhtiön kautta myytävät "tuotteet", jotka ovat vain kulissi laittomalle rahankeräykselle ja pyramidipelille. Vaikka pääyhtiö ei valmistaisi ja myisi työkaluja vaan se olisi siitä erillisen tiimin leipäpuu, sopii järjestely sille vallan mainiosti, sillä se saa myytyä ilman riskiä ja ylihintaan paljon tuotteita verkoston sisälle. Perinteistä kautta markkinoituna se joutuisi maksamaan myyntityöstä, rahdista, varastoinnista ja markkinoinnista suuria summia, mutta nyt suurin osa siitä on siirretty itsenäisten edustajien maksettavaksi. Jakelutavalle tyypilliset kustannussäästöt jäävät yrityksen kassaan voittona ja niin se on tyytyväinen

tekemäänsä tulokseen. Perinteisellä tapaa markkinoituna sen tuotteilla ei olisi paljon kysyntää ja riskit olisivat moninkertaiset. Verkostomarkkinointifirman ei tarvitse pahemmin ajatella sitä, tuottaako se tuotteita liikaa vai liian vähän, sillä menekki on helposti ennakoitavissa, koska suurin osa tuotteita menee verkoston sisälle ja verkosto voi kasvaa vain tietyn suuruiseksi yhdessä maassa, missä firma toimii. Kun markkinaosuus on vallattu ja kyllästymispiste saavutettu, eroaa edustajia verkostosta yhtä paljon kuin mitä siihen liittyy uusia. Näin firma tietää tarkalleen sen maan vuotuisen menekin ja osaa valmistaa juuri oikean määrän oikeaan aikaan eikä suuria varastoja ja varastotappioita synny. Kaikinpuolin kannattava systeemi pääyhtiölle myös!

Verkostojen kautta voidaan periaatteessa myydä mitä tahansa tuotteita. Yleisimpiä ovat kuitenkin terveysvaikutteiset, kauneudenhoitoon ja henkilökohtaiseen hygieniaan kuuluvat tuotteet sekä korut. Näille tuotteille on olemassa vain harvalukuinen käyttäjäryhmä, mutta he ovat sitäkin uskollisempia ja uskovat helposti myös tuotteisiin liittyviä terveysväittämiä, jotka ovat usein pelkkiä satuja ja henkilökohtaisia todistuksia. Monet tuotteet ovat täyttä humpuukia ja ne myydään väitettyjen terveyteen vaikuttavien ominaisuuksien vuoksi reilusti ylihintaisina. Tavallista vitamiinipitoista mehua tai vitamiinipillereitä tai lisäravinteita myydään monikymmenkertaiseen hintaan verrattuna vastaaviin muihin tuotteisiin, joita saa apteekkeista tai luontaiskaupoista. Jotkut firmat ovat lanseeranneet lääketukun kautta myös omia tuotteitaan apteekkien valikoimaan, mutta se on pelkkää silmänlumetta ja lobbausta, koska näitä tuotteita myydään apteekkien kautta vain muutamia kappaleita vuodessa. Nekin ovat ehkä firman omistajien omia ostoja, että näyttäisi siltä ikään kuin tuotteilla olisi jonkinlaista kysyntää vapailla markkinoilla. Kaikkeen sitä ihminen alentuukin rahanhimosaan!

Tuotteiden ei tarvitse olla aina pääyhtiön valmistamia: riittää, että verkostomarkkinointifirma välittää niitä edustajien kautta loppukäyttäjille. Pääyhtiölle on erittäin kannattavaa myydä näitä välitettyjä asiakkuuksia, koska se saa niistä paremman katteen kuin todellisista tuotteista, mikäli se ostaisi niitä tukkuliikkeen tapaan ja pitäisi yllä verkkokauppaa kuten esimerkiksi pyramidit [NetFonet Oy](#) ja [Move Networks Oy](#) ovat tehneet. Tyypillisiä palveluita ja pitkäkestoisia asiakkuuksia, joita välitetään, ovat mm. sähkö, (Graningen sähkö) GSM-liittymät, laajakaistapalvelut (Saunalahti, TeleFinland, Kolumbus) ja kaapeli-TV. (Maxinetti)

Luottamus sponsoriin

On valitettavaa, etteivät perinteiset yritykset pidä huolta omasta imagostaan vaan tarjoavat tuotteitaan sekä palveluitaan myytäväksi petollisen järjestelmän kautta, joka perustuu henkilökohtaisten ihmissuhteiden hyväksikäyttöön ja luottamukseen omaa sponsoria kohtaan. Näin luottamus siirtyy ketjussa ylöspäin tiimien johtoon ja pääyhtiöön asti, mutta niihin ei ole mitään syytä luottaa. Luottamuksen ketju on pettänyt jossakin vaiheessa ja luottamus on siirtynyt epärehellisiin sekä petollisiin ihmisiin, jotka kahmivat ahneuksissaan rahaa itselleen käyttämällä hyväksi ihmisten herkkäuskoisuutta ja hyvää tahtoa.

Uhrien syyllistäminen

Kun ylätasojen voittajat ovat riistäneet tarpeeksi alalinjaansa ja uhri luopuu toiminnasta, niin he syyllistävät hänet sanomalla: "Se on kiinni yksin ihmisestä itsestään, menestyykö hän toiminnassa vai ei! Ei tämä työ kaikille sovellu! Sinun ei olisi pitänyt alkaenkaan lähteä tähän mukaan!" Värväämisvaiheessa työ soveltuu kaikille eikä mitään muita suosituksia tarvita kuin raha, joka pitää maksaa, jotta toimintaan pääsee mukaan. Markkinointi on tältäkin osin pahasti harhaanjohtavaa. Ehdokkaalle uskotellaan, ettei hänen tarvitse osata mitään, hänellä ei tarvitse olla

hyvää mainetta, luottotietojen ei tarvitse olla kunnossa, suurta tuttavapiiriä ei tarvita, ei laajalle alueelle ulottuvia kontakteja, mitään erityisosaamista, koulutusta, aiempaa myyntikokemusta tai yrittäjältä vaadittavaa lahjakkutta ei tarvita. Tiimi kouluttaa uuden jäsenen tehtävänsä ja menestyminen on mahdollista "kaikille". Kun kaikki eivät sitten menestykään ja syy ei olekaan edustajassa vaan pyramidirakenteessa ja epäoikeudenmukaisessa palkkiojärjestelmässä, niin sitten syyllistetään kuitenkin ne tappion kärsineet ja rahansa hävinneet edustajat. "Pyhään" järjestelmään ei saa kukaan kajota eikä kohdistaa kritiikkiä itse liikeidean mielettömyyteen. Verkostomarkkinointi ei voi edes teoriassa toimia niin kuin se esitetään, että kaikilla on yhtä aikaa realistinen mahdollisuus menestyä ja saada voittoa. Sen vuoksi uhrien syyllistäminen kuvastaa aivan erityistä raakuutta niiltä, jotka tietävät faktat, mutta syyllistävät uhrinsa ja opettavat alalinjaa tekemään samoin.

Syyllistämisen tekniikka on monistettu ja kopioitu aivopesun kautta alalinjaan. Uhrien kohtalotoverit syyllistävät myös tappion kärsineet entiset ystävänsä, jos he kääntyvät liikeidea ja järjestelmää sekä omaa yhtiötä vastaan ja uskaltavat arvostella sekä syyttää sitä tappiostaan. Verkostouskovaiset eivät huomaa eivätkä ymmärrä sitä, että heidän joukostaa luopuu koko ajan ihmisiä tappion kärsineinä. He eivät koskaan kysy, miten paljon kaveri tienaa tai heidän ei ole lupa sitä paljastaa, jos joku sitä kysyy. Salamyhkäisyyden verholla pidetään yllä jatkuvaa jännitettä ja kateellisuuden ilmapiiriä sekä uskoa järjestelmän toimivuuteen. Ne ihmiset, jotka syyttävät entisiä ystäviään näiden tappiosta, poistuvat lopulta itse vähin äänin verkostosta tappion kärsineinä. He ovat uskoneet valheen ja luulevat olevansa itse yksin syyllisiä siihen, että hävisivät. He "eivät tehneet tarpeeksi, eivät noudattaneet ohjeita riittävän hyvin eivätkä he uskoneet omaan potentiaaliinsa ja verkoston erinomaisuuteen, liikeidean ylivoimaisuuteen." Heidän syytöksensä sattuivat heitä omaan nilkkaan. On vain pakko hävetä ja potea syyllisyyttä: "minä en pystynyt siihen, mihin pieni lapsikin pystyisi, jos hänellä vain olisi riittävästi ikää!" Surkea loppu ahneelle ihmiselle, mutta sitä saa, mitä pyytää ja sitä niittää, mitä kylvää. Ahneella ja rahanhimoisella on useimmiten aika nolo loppu. Onneksi hävinneet välttyvät sentään rikossyytteiltä ja sakoilta sekä ehdolliselta vankeudelta. Ylätasojen tiimijohtajille nämä tuomiot ja syytökset ovat tuttu juttu. Lisänä tulevat syytökset sekä tuomiot veropetoksista ja muusta epärehellisyydestä liiketoiminnassa. Alalinjan kannattaisi joskus tarkistaa, millaisia ihmisiä he ihan oikeasti ovat pitäneet idolinaan ja palvoneet heitä. Ei kannata uskoa mitään, mitä ylälinja sanoo vaan kaikkeen tulee suhtautua kriittisesti ja ajatella omilla aivoillaan. Vain siten voi välttyä huijatuksi tulemiselta.

Kannattaako olla aktiivinen?

Voit soveltaa tässä samaasi tietoutta omaan yhtiösi ja tutkia, kannattaako tuotteiden ostaminen firmalta vai ei. Ellet saa suoraa myyntipalkkiota omasta myynnistä rahana, ei tuotteiden myyminen hyödytä sinua. Mieti siis tarkoin, kannattaako kuluttaa rahaa firman tuotteisiin ja palveluihin. (Tahitian Noni™ mehun myyjien verkosto ja Ecoway Oy, joissa asiakas on sama kuin jälleenmyyjä sekä Amway, jossa tarkoitus ei ole hankkia asiakkaita vaan kuluttaa itse tuotteita ja värvätä alalinjaan lisää ihmisiä, jotka kuluttavat firman tuotteita.) Kannattaako ostaa motivointimateriaalia ja maksaa koulutuksesta kokous-, tapahtuma- ym. maksuja? Kannattaako maksaa kuukausittaista vuokraa (NetFonet Oy) tai vuosittaisia tai kuukausittaisia jäsenmaksuja, kun toiveet palkkioista sijoittuvat epämääräiseen tulevaisuuteen ja siihen, että saat kasvatettua alalinjaasi tasapainossa ja täytät erilaiset ehdot, jotta olisit oikeutettu palkkioihin. (Move Networks Oy, kaikki binääriset järjestelmät ja järjestelmät, joissa alalinjan tulee kasvaa tietyssä tasapainossa, jotta alalinjasta kertyviä palkkioita voi saada ulos rahana.)

Mieti sitä, kannattaako maksaa työstä kulujen muodossa, kun et saa siitä kohtuullista korvausta tai jäät kokonaan ilman palkkaa? Kuluja ovat: puhelin, matkat, (bensa, majoitukset, ruoka) kahvitukset, liiketoiminnan tukimateriaali eli työkalut, (aivopesumateriaali, kirjat, cd:t, dvd:t, videot, vihkoset, kokousmaksut, tapahtumamaksut, koulutustilaisuuksien maksut, värväyskokousmaksut, jne.) tuotteiden rahtimaksut, toimitusmaksut, mainosmateriaali, (käyntikortit yms.) jne. Sinä otat suuren riskin, kun kulutat rahaa jatkuvasti eikä sinulla ole mitään takuita tulevista tienesteistä.

Elät pelkän toivon ja luottamuksen varassa, mutta voitko todella luottaa kaukaiseen ylälinjaasi ja tiimin johtoon? Voitko luottaa yhtiöön ja tuotteisiin, joita myyt? Et tiennyt yrityksestä tai tuotteista mitään ennen kuin liityit järjestelmään ja ryhdyit "itsenäiseksi edustajaksi" eli yrittäjäksi. Et silti nauti yrittäjyyden tuomista eduista ja jatkuvasta kassavirrasta, mikä oikeuttaisi sinut nostamaan rahaa omasta firmasta elämisen kuluja varten. Et kuulu Yrittäjäeläkevakuutuksen piiriin ja jäät ilman eläketurvaa. Et ole tehnyt minkäänlaista riskien kartoittamista tai markkinatutkimusta ennen kuin lähdit mukaan toimintaan. Et tiedä mitään alalla vallitsevasta kilpailusta ja siitä, kuinka paljon alueella toimii kanssasi kilpailevia saman yrityksen myyntiedustajia, jotka vievät sinulta asiakkaat ja ehdokkaat alalinjasi uusiksi jäseniksi.

Jokainen edustaja joutuu tekemään keskimäärin 40-80 kontaktia saadakseen kaksi tai korkeintaan neljä ehdokasta värväyskokoukseen ja/tai liittymään mukaan toimintaan. Koko asuinpaikkasi on käyty pian lävitse tätä vauhtia ja sinulle jää pelkät tappiot kannettavaksi toiminnasta, ellet halua jatkaa kuluttajana ja tuotteiden käyttäjänä. Miksi jatkaisit tuotteiden ostamista, joita et tarvinnut niitä ennen kuin lähdit mukaan bisnekseen? Mikä muutti sinun ostokäyttäytymisesi ja kulutuksesi niin, että yht´äkkiä tarvitsetkin tuotteita? Ei mikään: se kaikki on vain aivopesun aikaansaannosta eivätkä ne tuotteet oikeasti mitään halvempia tai parempia ole kuin muut vastaavat tuotteet. Ylihintaisia ja turhia tuotteita olet ostanut pelkästään rahantekomahdollisuuden vuoksi. Nyt kannattaa lopettaa tuotteiden ostaminen ja aktiivisena oleminen. Ota järki käteen ja tutki rauhassa, kannattaako moinen kulutus, kun toiminnasta aiheutuu lisää tappiota, mitä kauemmin sitä jatkat?

Ostamasi terveystuotteet, lisäravinteet ja vitamiinit, ovat vaikutuksiltaan hyvin kyseenalaisia. Luuletko tosissaan, että jokin Noni-mehu, tyrnimaitokapselit tms. tuote parantaa kaikki sairaudet ja estää ihmisiä sairastumasta? Älä usko mitään, mitä sinulle sanotaan vaan koettele kaikki ja usko vain totuus. Henkilökohtaisia mielipiteitä ja kuvitteellisia hyviä vaikutuksia ei kannata uskoa. Todistuksissa on aina "oma lehmä ojassa", koska tuotteilla on tarkoitus saada voittoa itselleen.

Toivottavasti huomaat tämän luettuasi sen, että "yrityksesi" on todella hataralla pohjalla. Mieti tosissasi sitä, kannattaako sinun olla aktiivinen ja kuluttaa kuukausittain sitä määrää tuotteisiin sekä koulutukseen, mitä nyt teet? Tappiosi kasvavat koko ajan, jos sinulla ei ole tuottavaa alalinjaa. Myyt vain vähän tuotteita ulkopuolisille asiakkaille, jos ollenkaan. Kun tuotemyynti loppuu sitä kautta, että edustajat lopettavat kuluttamisen, kaatuu koko yritys, koska todelliset asiakkaat puuttuvat! Kokeile vaikka ja suosittele passivoitumista muillekin tiimisi jäsenille!

Hyväksykää se tosiasia, että olette menettäneet sijoittamanne rahan ja ajan, ettekä saa sitä koskaan takaisin. Tunnustakaa itsellenne, että teitä on huijattu! Vain tunnustaminen tuo vapauden siitä ahdistavasta olostasi, minkä verkostomarkkinointi teille aiheuttaa. Eihän teille ole loppujen käynyt sen kummemmin kuin että teitä on vedetty todella näetisti höplästä ja riistetty rahat sekä työpanos muutaman huijarin elättämiseksi Suomen maassa! Menetitte vain rahaa ja aikaa, mutta saitte pitää henkenne! Älkää hävitkö enempää, sillä tyhmäähän se on maksaa tyhjästä!

On tyhmää kuluttaa lisää rahaa ja luulla, että kuluttamalla voittoa. Paljonko kulutatte? 20 euroa kuussa? 200 euroa kuussa? Luuletteko, että pääyhtiöllä on vara maksaa sellaisesta liikevaihdosta loputtomiin palkkioita ylälinjaan ja sinulle, jos sinulla on alalinja? Yhtiö palauttaa palkkioina vain tietyn osan myyntikatteesta edustajille. Myyntikate on myynti miinus tuotteiden hankintakulut. Jos yhtiöllä ei ole lainkaan tuotteiden hankintakuluja vaan se myy muiden palveluita kuten kännykkäliittymiä, niin se pitää itsellään suurimman osan puhelinyhtiöltä saamistaan palkkioista. Jos saat esimerkiksi 20 euroa/ uusi liittymäasiakas, niin yhtiö saa siitä liikevaihtoa vähintään 100 euroa, mahdollisesti jopa useita satoja euroja, riippuen sopimuksesta pääyhtiön ja liittymiä myyvän firman välillä.

Onko järkevää myydä liittymiä sellaista korvausta vastaan? Vastaako se kuluja ja työmäärää sekä käytettyä aikaa? Lähipiiri on käyty pian läpi ja jos aiot saada palkkioita pelkällä tuotemyynnillä, joudut myymään tuotteita ovelta ovelle tai muulla tapaa ventovieraille. Muutaman kymppin tai satasen maksavasta tuotteesta ei saa kovinkaan paljon provisioita, jotta työ kannattaisi ja voisit rikastua suoralla tuotemyynnillä. Joudut tekemään useita tunteja työtä saadaksesi pari kymppiä palkkioita, joista otetaan vielä arvonlisävero pois. Suosittelumyynti on todella tehotonta ja kannattamatonta, ellet myy tuotteita, jotka maksavat useita tuhansia euroja, jolloin palkkiot ovat myös satoja euroja per myyntitapahtuma.

Esimerkiksi Moven järjestelmässä tarvitaan 10 edustajaa kumpaankin jalkaan eli yhteensä 20 henkeä alalinjaan, jotta alalinjan aktivointiostoista saadaan palkkiona 60 euroa rahassa. Käytännössä tarvitset monta kertaa enemmän edustajia alalinjaasi, koska verkosto ei kasva jalkojen tasapainossa. Joudut ostamaan itse tuotteita 60 euron edestä kuukaudessa, jotta alalinjasta tulevat pisteet eivät nollautuisi, mutta anna niiden nollautua. Passivoi itsesi ja tule aktiiviseksi vasta sitten, kun alalinjan ostot sekä myynti muuttuvat rahaksi paljon nopeampaa kuin nyt. Nykyiset varastossa olevat pisteet eivät välttämättä muutu koskaan rahaksi ellet saa jalkoja kasvamaan tasapainossa. Älä ajattele liikevaihdoltaan suurempaa jalkaa, sillä sinulle maksetaan vain pienemmän jalan mukaan palkkiot. Jos toisessa jalassasi on vaikka 20 edustajaa ja toisessa vain kaksi, niin sinun pitäisi saada 18 edustajaa lisää heikompaan jalkaasi, jotta saat kaiken vahvemman jalan palkkiot rahana. Ajattele, että jokaisen edustajan pitää pystyä samaan! Eihän se ole mahdollista, että jokaisella nykyisellä edustajalla on vuoden päästä 40 hengen toimiva alalinja tai edes 20 tai 10 hengen! Kasvuluvut ovat mahdottomat, jos jokainen voittaisi. (esim. 1,000-10,000-100,000-miljoona) Huomaa myös se, ettei alinjasasi ole loputtomiin aktiivinen, sillä järjetöntä on ostaa tuotteita, joita ei tarvitse, kun oma alalinja puuttuu tai kasvaa jalkojen epätasapainossa. Pisteiden kertyminen alinjusta lakkaa heti kun verkoston kasvu pysähtyy. Ainoa mahdollisuus saada jatkuvasti pisteitä on värvätä lisää edustajia eroavien tilalle. Sitäkö haluat tehdä lopun ikääsi? Kouluttaa alinjaasi värväämään luusereita, jotta sinä voittaisit? Se on sitä, mitä tiimin johto tekee. Haluatko olla samanlainen kuin he ovat?

Sovella näitä ajatuksia siihen verkostoon, jossa teet työtä. Onko pitkällä tähtäimellä viisasta maksaa siitä, että tekee työtä ja mainostaa toisten liikeideaa? Passivoi itsesi ja lakkaa kuluttamasta rahaa höllynpölyyn. Sinä keksit kyllä rahoillesi ja ajallesi parempaakin käyttöä, kun mietit oikein tarkasti asiaa. Niitä ystäviä ja kavereita, jotka olet saanut verkostomarkkinoinnissa, et lainkaan tarvitse. Mitä tekee ystävillä, joiden arvomaailma on aivan toinen kuin sinun? Haluatko elää elämäsi ihmisten kanssa, jotka mittaavat kaikkea rahassa ja uskovat kaiken maailman humpuukituotteisiin sekä pitävät huijausta moraalisesti hyväksyttävänä ja rehellisenä elämäntapana, kunniallisena liiketoimintana?

Petteri Haipola, 27.11.2005