

شرکت های هرمی = دسیسه هرمی

۵/مرداد/۱۳۹۴

ادامه مطلب... شرکت های هرمی = دسیسه هرمی ۵/مرداد/۱۳۹۴

به نوشته وبلاگ بصیرت زرقان:

شرکت های هرمی = دسیسه هرمی

استفتاء از مقام معظم رهبری در خصوص شرکت ها بازاریابی

(برگرفته از وبلاگ نقد و بررسی شرکت های هرمی)

چند وقتی است عده ای از اهالی روستای زرقان با تطمیع ودسیسه های جذب و سخنوری فردی که دارای اطلاعات حقوقی می باشد اقدام به عضویت در شرکت بازاریابی ب... نموده اند لذا بر آن شدیم تا با یاد آوری سرگذشت اشخاصی که از همین روستا با عضویت در شرکت های گلدکوئیستی سرمایه هایشان را از دست دادند این اهالی محترم لحظه ای تامل و درنگ نمایند و به آخر کارشان بنگرند و سرمایه های خودشان که البته هم با زحمت بدست می آورند را به حلقوم این شرکت های وابسته به کمپانی های عظیم سرمایه داری نریزند و به فکر آینده خود و روستا و کشور خود باشند تا شانس پول های باد آورده.

لذا استفتاء از مقام معظم رهبری را جهت تنویر افکار عمومی در اینجا آورده ایم

سوال:

به نام خدا

بازاریابی شبکه ای چیست ؟

بازاریابی شبکه ای (نت ورک مارکتینگ) روشی برای عرضه محصولات است که در آن تولید کننده به جای استفاده از پخش کننده ها که معمولاً حق کمیسیون بالایی برای عرضه محصولات دریافت می کنند، از طریق مشتریان خود و به صورت تبلیغ کلامی اقدام به عرضه و فروش محصولات خود می کند. در این روش معمولاً ۸۰ درصد مبلغی که به عنوان کمیسیون

به پخش کننده داده می شود، بین تولیدکننده و مشتری تقسیم می شود. در این روش مشتری، هم به تولیدکننده در فروش کمک می کند و هم منفعتی برای خود به دست می آورد که این منفعت می تواند به صورت یکسری تسهیلات خاص یا مبلغی معین به عنوان پاداش نقدی (پورسانت) باشد.

بازاریابی شبکه ای از حدود سال ۱۹۳۰ در امریکا آغاز به کار کرد و هم اکنون بیش از سه هزار کمپانی بزرگ و کوچک در سراسر دنیا برای عرضه و فروش محصولاتشان از این روش استفاده می کنند.

گفته می شود در حال حاضر بیش از ۴۵ میلیون نفر که اصطلاحاً به آنها نت ورکر گفته می شود، در سراسر دنیا در بازاریابی شبکه ای فعالند.

از آنجا که شرکت های هرمی سابق باعث ایجاد سابقه بد ذهنی در اغلب افراد می شود ابتدا لازم می دانیم به بیان چند تفاوت اساسی بین شکل جدید بازاریابی شبکه ای (چند سطحی) با شرکت های هرمی سابق بپردازیم: ۱- قانونی بودن: ۱۱ شرکت از وزارت صنعت و معدن و تجارت پس از مصوبه سال ۸۸ این وزارتخانه اقدام به فعالیت نموده اند که فعالیت آنها توسط نهاد های ذی ربط به طور کامل کنترل شده و مورد حسابرسی قرار می گیرد.

۲- وجود کالا: در بازاریابی شبکه ای کالایی با قیمت حقیقی و نه بالاتر از قیمت بازار در معرض فروش قرار دارد و شما میتوانید برای مصرف خود و اطرافیان کالا را خریداری و از تخفیف برخوردار شوید. اما در شرکتهای هرمی سابق عملاً کالایی وجود نداشت و یا در صورت وجود کالا، بهایی بسیار بالاتر از ارزش واقعی آن پرداخت می شد.

۳- در شبکه های هرمی اگر تعادل در یک شاخه حفظ نشود کل شاخه متضرر می شود. بدین خاطر اعضاء شاخه مجبورند، دقت بفرمایید، مجبورند به هر شیوه ای متوسل شده تا عضو تازه ای را جذب نمایند. اما در بازاریابی شبکه ای افراد مختارند برای خود زیر مجموعه بیاورند.

۴- در شرکت های هرمی پرداخت حق عضویت اجباری است اما در بازاریابی شبکه ای عضویت رایگان است. یعنی فرد ابتدا مالباخته می شود و سپس برای جبران مال از دست رفته به تکاپو می افتد اما در بازاریابی شبکه ای در قبال پول پرداختی، جنس حقیقی دریافت می کند. البته شایان ذکر است که در بازار یابی شبکه ای برای مشخص

شدن فعال بودن، هر عضو باید سطحی از خرید را انجام دهد تا شایستگی دریافت پورسانت حاصل از فعالیت گروه خود را داشته باشد. ۵- در شرکتهای هرمی فرد در راس هرم از سود تمام نسلهای مجموعه خود منتفع می شود اما در بازاریابی شبکه ای به گفته طراحان پلن درآمدی این موضوع در ۵ یا ۶ نسل محدود می شود.

۶- در شرکت های هرمی این امکان وجود نداشت که فردی که در سطوح پایین تر قرار دارد، درآمد بیشتری از بالا دستی های خود داشته باشد، اما بر اساس پلن درآمدی در بازاریابی شبکه ای این امکان به افراد داده شده است.

۷- شرکت های هرمی که باعث وارد آمدن لطماتی به اقتصاد و جامعه می شد، اما فعالیت بازاریابی شبکه ای خدمتی بزرگ به جامعه و اقتصاد کشور در شرایط کنونی است چرا که مفاهیمی مانند ایجاد اشتغال، رونق تولید داخلی، ثروت آفرینی، حذف واسطه ها و هزینه های اضافه ناشی از نگهداری کالا، حمل و نقل و ... از جمله اهداف ترویج بازاریابی شبکه ای محسوب می شود.

۸- در بازاریابی شبکه ای درآمد به دست آمده بیش از آنکه وابسته به تعداد افراد هر گروه باشد باشد، به میزان فروشی است که هر گروه در قالب یک فعالیت مستمر و تیمی به آن دست پیدا می کند.

۹- سود شرکت هایی که از بازاریابی شبکه ای قانونی استفاده می کنند، فقط از راه فروش کالا یا خدمات است. در یک سیستم سالم، اگر کسی بخواهد بدون خرید جنس وارد مجموعه شود، مانعی ندارد و حق عضویت به صورت مبلغی بسیار ناچیز دریافت می شود. در بازاریابی شبکه ای سالم، اساساً چیزی به نام ضرر وجود ندارد که افراد پائین هرم متحمل شوند چون هرکس در برابر پولی که داده، کالا یا خدماتی که مورد نیازش بوده را با قیمتی پائین تر از قیمت بازار دریافت کرده و حتی اگر هیچ کس را نتواند در زیرمجموعه خود قرار دهد، باز هم هیچ ضرری را متحمل نشده است. نحوه کسب درآمد در بازاریابی شبکه ای دارای مجوز:

بازاریابی شبکه ای عبارت است از ارائه خدمات واسطه گری به صورت شبکه ای به نحوی که خریداران کالانسبت به بازاریابی و جذب خریداران جدید اقدام کرده و درصدی از قیمت فروش کالا به وسیله بازاریابان زیرمجموعه شبکه متصل به خود را از صاحب کالا به عنوان پاداش یا پورسانت خدمات بازاریابی دریافت می کنند.

هر شرکت دارای طرح درامدی خود می باشد که برای نمونه طرح درامدی شرکت پنبه ریز به پیوست می باشد. پورسانت خرده فروشی+ پورسانت فروش محصولات فروخته شده توسط گروه تا هفت سطح

در یک شرکت بازاریابی شبکه ای موضوعی تحت عنوان «کار تیمی» مطرح است و این نحو همکاری و کار تیمی، بازاریابی شبکه ای را از دیگر انواع فروش و بازاریابی متمایز می کند.



در توضیح بیشتر باید گفت که سیاست های قانونگذاران و همچنین سیاست های قراردادی و اخلاقی شرکت های بازاریابی شبکه ای، به گونه ای است که افراد بالاسری اعضای زیر مجموعه خود را آموزش مستمر و گام به گام داده و حمایت متداوم در فروش و مجموعه سازی می کنند. در واقع علت استحقاق یک بالاسری جهت دریافت پورسانت از فروش زیر مجموعه خود، حمایت و آموزش مستمر آن هاست. از مهمترین سیاست هایی که شرکت ها برای عملی ساختن این مسأله به کار می گیرند می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱. واجد صلاحیت شدن: واجد صلاحیت شدن یعنی شرکت به یک توزیع کننده هیچ گونه پورسانتی در ماه پرداخت نمی کند مگر این که آن توزیع کننده یک حداقل فروشی در آن ماه انجام دهد. این سیاست باعث می شود که یک توزیع کننده حداقل فعالیت و فروشی در ماه انجام دهد و این طور نباشد که صرف داشتن یک جایگاه، از فروش زیر مجموعه خود پورسانت دریافت کند. در واقع این سیاست باعث فعال نگه داشتن مستمر یک توزیع کننده می گردد. از طرفی توزیع کننده ای که خود فعال است و فروش انجام می دهد، معمولاً به حمایت زیر مجموعه خود

نیز می پردازد.

۲. توزیع -کننده های فعال و قدیمی تر نسبت به توزیع کنندگان جدید از علم و تجربه بیشتر برخوردار هستند و این علم و تجربه خود را نه یک جا، بلکه به طور گام به گام به اعضای جدید منتقل می کنند. اساساً در شرکت های بازاریابی شبکه ای، مسئولیت آموزش و حمایت مستمر اعضای جدید با افراد بالاسری است و طبق قرارداد شرکت ها، بالاسری ها موظف به آموزش و حمایت مستمر زیر مجموعه خود هستند.

۳. در دنیای امروز بحث «کار تیمی» و بازدهی بسیار بالای آن بر هیچ مطالعه پوشیده نیست. در کار تیمی، اعضای یک تیم، جملگی در اهداف تعیین شده به یکدیگر کمک می کنند و موفقیت یک نفر موفقیت دیگری است. در شرکت های بازاریابی شبکه ای نحوه عملکرد طوری است که اعضای یک تیم فروش (شامل توزیع کننده و زیر مجموعه وی) در فروش محصولات و مجموعه سازی همکاری تنگاتنگ داشته و یکدیگر را یاری می رسانند؛ چرا که موفقیت یک نفر موجب موفقیت و منتفع شدن قطعی دیگری است.

حال با توجه به آنچه در بالا بیان شد و اهمیت کسب روزی حال و مطابق به موازین شرعی از شما مرجع عالیقدر خواهشمندیم تا حکم شرعی فعالیت در چنین شرکت هایی را به طریقی به ما اعلام بفرمایید.

: پاسخ

به طور کلی بازاریابی شبکه ای صورت شرعی ندارد؛ و این قبیل موارد باید بر اساس قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی و مورد تأیید شورای محترم نگهبان باشد؛ و در صورت نبود قانون هم لازم است از طریق مجاری قانونی اقدام شود

منبع : وبلاگ بصیرت زرقان