

Pénzkeresés az interneten

Valódi lehetőségek elemzése és összehasonlítása

Annak, aki komolyan pénzt akar keresni az interneten



Ennek a tanulmánynak a frissítési dátuma: **2011. május 15.**

Ez azt jelenti, hogy utoljára ekkor aktualizáltam ezt az összeállítást. Ha most, amikor Ön ezt olvassa, ez az időpont nem tűnik túl közelinek, akkor érdemes letöltenie a legfrissebb változatot.

Az internetes pénzkeresés lehetőségei ugyanis gyorsan változnak. Miért alapozná a döntését esetlegesen régi információkra?

A tanulmány legfrissebb változatát itt tudja letölteni:

www.internetespenzkereset.hu

E tanulmányt igyekeztem a lehető legkevesebb oldalra formázni, azért, hogy ezt Ön minél gazdaságosabban kinyomtathassa. Gyakran sokkal kényelmesebb és hatásosabb elolvasni egy ilyen tanulmányt kinyomtatva. **Ha teheti, nyomtassa ki a tanulmányt!**

Copyright információk:

Ezt a tanulmányt változatlan formában tetszőlegesen, korlátozás nélkül terjesztheti, csatolhatja más termékekhez, de önállóan pénzért nem értékesítheti. A tanulmány tartalmából részeket nem emelhet ki, és azokat semmilyen más módon nem használhatja fel.

Tartalom

Ki is ez a Bak János?	3
Az internetes pénzkereset három jellemző csoportja	4
Magyarországi tapasztalatokkal felvértezve induljunk el itthon	5
A siker alappillérei:	6
1. Ismétlődő bevétel	6
2. Időigény, passzív jövedelem	7
3. Tapasztalat, tanulhatóság	8
4. Termékfejlesztés, állandó megújulás	8
5. Egyediség: kitűnni a többiek közül	8
6. A piac telítetlensége	9
7. Alacsony kockázat	9
8. Függetlenség	10
9. Kész honlap	10
Saját ötleten alapuló, önálló vállalkozás	11
Jutalékot hozó forgalomszerzés	14
A network marketing halála	17
Csak egy aprónak tűnő változtatásra van szükség	17
Bemutatkozik a network marketing „2”	18
A lemorzsolódás, ami a network marketing „1” halálát okozta	18
Network marketing „1” és „2”	20
Mit reklámoz ez a tanulmány?	25
Kinek adja tovább ezt a tanulmányt?	25

Ki is ez a Bak János?

Ne féljen, nem fogom terhelni Önt a teljes életrajzommal, csak azokat a részleteket szeretném kiemelni, amik fontosak e tanulmány szemszögéből.

A magyarországi szakma úgy ismer engem, mint internetmarketing szakértőt. Ennek az alapja az, hogy

- Több mint 200 cikket írtam az online sajtóban az internetmarketingről;
- „Az üzlettárs” c. üzleti magazin INFOTECH rovatának állandó szerzője vagyok;
- Magyarországon elsőként (vagy az első között) publikáltam egy ingyenes e-könyvet a keresőoptimalizálásról (Google titkok: Hogyan kerülünk az első találati oldalra a Google keresőben?);
- Több mint 100 honlap kialakításában vettem részt tanácsadóként;
- 2005-ben elindítottam ingyenes, egyéves internetmarketing távoktatásomat, melynek jelenleg is több mint 5000 olvasója van.
- Emellett írtam egy üzleti könyvet, mely 3000 nyomtatott példányban kelt el eddig (Az okos pénz visszatálal címmel).

Pilát Gábor, Az üzlettárs magazin Menedzsment rovatának egyik állandó szerzője ezt írta:

„Ha valakibe belebotlunk az utcán, az 70%-ban biztosan valamilyen tanácsadó. Befektetési, értékesítési, szervezetfejlesztési, marketing- és a jó ég tudja még milyen, de tanácsadó. Csakugyan létezik ennyi jó tanács és jó tanácsadó? ... Ha szeretnénk leellenőrizni, kérdezzük meg tőle, hogy miből élne, ha nem tanácsadó volna?

Eddig a tanácsadáson kívül milyen sikereket ért el olyan hasonló területeken, mint ahol most tanácsot ad? (Mert ugye elképzelhető, hogy előbb lett »politikus«, aztán lett »pénze«.)”

Mivel ez egy teljesen jogos felvetés, hadd menjek elébe a kérdésnek.

2005-ben az internetmarketinget külföldi forrásokból megismerve, kitanulva indítottam el egy üzlettársammal saját vállalkozásomat, a Silihost Kft.-t, mely webtárhely és domainregisztrációs szolgáltatásokat nyújt (www.silihost.hu). A cég marketingjét kizárólag az internetmarketingre alapoztuk. A másfél éves felfutási időszakot követő évben úgy értünk el évi körülbelül 30 millió forintos nettó forgalmat, hogy hirdetésre eddig összesen nem költöttünk 100 000 Ft-nál (!) többet. Mivel az átlagos megrendelési tétel nálunk 3-15 000 Ft között van, ez két és fél év alatt egy több ezres ügyfélkör kiépítését jelenti, akiket ugyanazokkal a marketing módszerekkel közelítettünk meg és győztünk meg, amiket az ingyenes távoktatásban is tanítok, és melyekre ez a mostani tanulmány is épül.

Azt hiszem, e számok magukért beszélnek, úgyhogy most már fordítsuk a figyelmet inkább az Ön internetes pénzkereseti lehetőségeire!

Az internetes pénzkereset három jellemző csoportja

Az interneten szerencsét próbáló vállalkozó alapvetően háromféle, egymástól lényegesen eltérő vállalkozási modell egyikén indul el. Azért nevezem őt „szerencsét próbáló vállalkozónak”, mert minden háttérismeret vagy alapozás nélkül egyszer csak bent találja magát a mélyvízben. Ennek eredménye a legtöbb esetben jól előre látható: hosszabb-rövidebb kapálózás után visszakapaszkodik a partra. Azaz az újdonsült vállalkozó a kezdeti kudarok után visszakapaszkodik a (látszólagos) biztonságot nyújtó alkalmazotti létbe.

Tehát ha valaki még tud is úszni, és ezért úgy dönt, hogy meghódítja az óceánt, megfelelő ismeretek nélkül az energiája hamarosan kiapad, a testi tartalékai elfogynak, ezért kénytelen mihamarabb visszafordulni, és csak örülhet, ha még közel van a part... Másrészt viszont kezdheti az alapozásnál is. Megtanul hajót kormányozni, és megépíti vagy megépítteti a saját hajóját, vagy esetleg társul másokkal, és közösen üzemeltetnek egy hajót: akármelyik megoldást is választja, biztosan új dimenziók nyílnak meg előtte. De az is lehet, hogy nincs is kedve állandóan hajózáni, inkább csak szervezi a kereskedelmet mások hajóin.

Hasonlóan válogathat ki-ki az internetes pénzkereseti lehetőségeiből, feltéve, ha egyáltalán tudja, hogy mit miért érdemes választania, és az mivel fog járni.

Milyen lehetőségek vannak tehát az interneten tudatosan építkező vállalkozó előtt?

- **Saját ötlet** alapján felépíteni egy teljesen önálló, az internetre épülő vállalkozást;
- Ügyfeleket szerezni mások internetes vállalkozásainak, és megélni az általuk biztosított jutalékból;
- Bekapcsolódni egy **network marketing „2”** vállalkozásba (vannak, akik ezt netweb marketingnek hívják).

A következőkben sorra vesszük ezeket a lehetőségeket, kielemezve, kihez, miért, melyik vállalkozás illik a legjobban.

Magyarországi tapasztalatokkal felvértezve induljunk el itthon

Mint látni fogjuk, a **jellemző magyarországi** internetes pénzkereseti lehetőségek besorolhatók a fenti három csoport egyikébe. Természetesen nem állítom, hogy minden egyes honi vállalkozás egyértelműen besorolható, a tudatos választást azonban mindenképpen megkönnyíti az, ha rendszerben szemléljük az internetes pénzkeresés lehetőségeit.

Arra viszont nem is vállalkozom, hogy e tanulmány keretében a nagy nemzetközi piac internetes lehetőségeit taglaljam. Úgy gondolom, hogy ha valaki megfelelő nyelvtudással és kitartással rendelkezik, akkor a nemzetközi piacon történő érvényesüléshez tanuljon kinti szakértőktől, ahogyan azt én is tettem, és teszem. (Személyes megkeresésre szívesen adok személyre szabott ajánlásokat.)

A tapasztalatom az, hogy a honi viszonyok elég sok tényezőben gyökeresen eltérnek attól, amit valaki a nemzetközi piacon tapasztal. Ezért azok a „játékszabályok”, amik kint mérvadóak, sokszor itthon teljesen félrevezethetik a vállalkozókat. A magyar piac kis piac, és ezt tudomásul kell venni, annak az előnyeivel és hátrányaival együtt. Ha szó szerint alkalmazzuk a nemzetközi tanácsokat, akkor sok felesleges kört teszünk, míg esetleg a lényegre rá sem találunk.

Engedtessek meg, hogy egy példa erejéig – nevének említése nélkül – vitába szálljak az egyik jeles honi internetmarketing szakértővel. (A tanulmány szempontjából nem baj, ha Ön ezt a szakmai kérdést nem érti teljesen, ezt csak a szemléletmód miatt hozom fel példaként.) A keresőoptimalizálási szakértőknek külföldön van egy általánosan elfogadott nézete, miszerint a mai viszonyok mellett úgy tudunk jelentős forgalmat elérni a keresők segítségével, ha nem egy-két, hanem inkább egy-kétszáz kulcsszóra optimalizáljuk a honlapjainkat. Mert az első – és legfontosabbnak érzett – 5-10 kulcsszavunkkal úgysem valószínű, hogy bejutunk a Google első találati oldalára, a többi kétszáz – gyengébb – kulcsszó együtt viszont tud annyi forgalmat hozni együtt, mint amennyit az erősebb 5-10 hozna.

Az említett magyarországi kollégám az oktatásaiban szó szerint átvette ezt a nemzetközi irányelvet. Pedig ez ma még Magyarországon több helyen is sántít. Először is nem igaz, hogy a legfontosabb kulcsszavainkkal nem tudunk bekerülni a Google első 10 találatába. Másodszor pedig tudomásul kell vennünk, hogy a magyar piac kicsi, ezért a nagy számok törvénye nem úgy működik itthon, mint az angol nyelvterületen. Az említett első 5-10 legfontosabb kulcsszó mellett olyan elenyészően kis számban keresnek rá az emberek a vállalkozásunkhoz kötődő másodlagos 200 keresőszóra, hogy egyszerűen – ma még – nem éri meg foglalkozni velük. Ha tehát valaki a józan ész szűrőjét átugorva megvalósítja a fenti nemzetközi ajánlást, akkor rengeteg munkát öl bele a semmibe. Ezért ajánlom Önnek e tanulmány továbbolvasását, mert ez kizárólag az itthoni tapasztalataimra épülő internetes stratégiákat, megélhetési lehetőségeket mutatja be.

A siker alappillérei:

A következő fejezetekben sorra veszem azokat a legfontosabb szempontokat, melyeket egy tetszőleges vállalkozás indításánál érdemes átgondolni. Ezek a szempontok akkor is nagy segítségére lesznek, ha Ön nem az internetes vállalkozás mellett dönt.

E szempontokat a siker alappilléreinek neveztem el, mert az Ön vállalkozásának a sikere nagyon nagy részben azon múlik, hogy ezeknek a szempontoknak mennyire felel meg. Miután végigvettük a siker alappilléreit, sorra megnézzük, hogy az internetes vállalkozások típusaira melyik mennyiben áll:

- 1) **Saját ötleten alapuló, önálló vállalkozás**
- 2) **Jutalékot hozó forgalomszerzés**
- 3-A) **Hagyományos network marketing**
- 3-B) **Network marketing „2”**

Természetesen részletesen bemutatom mindegyik pénzkereseti lehetőséget, a network marketing „2”-t is, melyet lehet, hogy Ön még csak felületesen ismer. Ezeket a vállalkozási (pénzkereseti) formákat annak a fényében fogjuk megítélni, hogy a siker alappillérei közül melyiket mennyiben teljesítik be.

Kíváncsi Ön arra, hogy a saját elképzeléséhez és lehetőségeihez melyik internetes pénzkereseti forma illeszkedik a legjobban? Akkor nézzük máris az első, az egyik legfontosabb alappillért!

1. Ismétlődő bevétel

Ez egy nagyon izgalmas kérdés, különösen azért, mert a vállalkozók 99 százaléka a vállalkozás megalapítása előtt egyáltalán nem is veszi fontolóra ezt a szempontot, pedig a hosszú távú sikere igen nagy részben ezen fog múlni.

Arról van szó, hogy egyes típusú vállalkozások természetes velejárója az, hogy az ügyfelek újra és újra vásárolnak (ugyanott), míg más típusú üzleteknél ez nem, vagy nem tipikusan jellemző. Ennek a megvilágítására vegyünk néhány példát.

Ablakgyártó vállalkozás

Nézzük meg, hogy a képzeletbeli ablakgyárunk hogyan teljesíti be az ismétlődő bevétel szempontját. Vonatkoztassunk el minden más szemponttól (ár, minőség, stb.), és csupán azt vizsgáljuk, hogy mennyire valószínű az, hogy egy egyszer már megszerzett vevő újra vásárolni fog.

Ez nagyon valószínűtlen! Hiszen minden házba ablak csak egyszer kell. Kivételt képezhet mondjuk egy olyan viszonteladó, akivel a vállalkozónk szorosabb kapcsolatba kerül, és ő ajánlani fogja az ügyfeleinek. De vegyük észre, hogy ez az építési vállalkozó, aki viszonteladóként működik, valójában újra és újra új ügyfeleket közvetít ki, azaz az egy ügyfélre jutó ismétlődő bevétel itt is szinte nulla. Egy 1-től 5-ig terjedő skálán ennek a vállalkozásnak az ismétlődő bevétel szempontjából egy 1-es értéket adhatunk csak.

Autós DVD lejátszó eszköz forgalmazó

A következő képzeletbeli vállalkozónk egy kész terméket importál. Mennyire lehet számítani arra, hogy egy autós vevője belátható időn belül újra vásárolni fog tőle egy hasonló márkájú, csak újabb készüléket? Lévén ez az eszköz nem olyan rövid élettartamú, és emellett a márkahűség kiépítése sem egyértelmű újdonsült vállalkozónk számára, az ismétlődő vásárlásra elég kicsi az esély. Osztályzat: 1-es.

Gumiszerviz

A következő képzeletbeli vállalkozónk egy autógumi kereskedést nyitott. Megint csak tekintsünk el minden más szemponttól (ár, konkurencia, stb.), és vizsgáljuk meg azt, hogy a visszatérő vásárlók szempontjából hogyan teljesít ez a vállalkozás.

Ugye ez egy fokkal már jobb. Hiszen a legtöbb autós szervizben végezteti el a téli-nyári gumik cseréjét, és időről időre új gumikat is vásárol. Ha elégedett volt a kiszolgálással, akkor nagyon valószínű, hogy visszatér. A bevétel ismétlődésének a gyakorisága azonban nem ideális, mert jellemzően egy autós egy évben csak kétszer-háromszor fordul meg a gumiszervizben. Viszont a vállalkozás előnyére szolgál, hogy akinek több autója van, az valószínűleg mindegyiket ugyanoda fogja vinni.

Mindent összevetve ennek a vállalkozásnak az ismétlődő bevétel szempontjára egy 4-es osztályzatot adhatunk.

Telefonszolgáltatás

Ez egy elméleti példa, mert kezdő vállalkozónk aligha tud alapítani egy telefontársaságot. De vizsgáljuk meg, hogy egy telefonszolgáltató hogyan teljesít az ismétlődő bevétel terén!

Azt hiszem, nem kell sokat ragoznunk a kérdést, mert mindannyian tapasztaljuk: hónapról hónapra fizetünk egy (vagy több) ilyen társaságnak. Nekik az ügyfelet elég egyszer megszerezniük, utána az rendszeresen igénybe veszi a szolgáltatást, csak arra kell ügyeljenek, hogy ne veszítsék el őt. Ez a vállalkozás jelest kap az ismétlődő bevétel szempontjára.

Összefoglalás

Ugye már érti a lényegét? Lehet azon az alapon választani vállalkozást, hogy mi tetszik, vagy hogy milyen különleges termék forgalmazási jogát tudjuk megszerezni. De ha tudatosan olyan vállalkozást választunk, ami ismétlődő bevételt hoz, akkor elég egyszer megszereznünk az ügyfelet, és utána már csak a megtartásukról kell gondoskodnunk. Minél erősebb az ismétlődő bevételre hajlama egy vállalkozásnak, az annál stabilabban fog működni, még akkor is, ha a vállalkozó maga már kevesebb időt akar vagy tud tölteni a vállalkozásában.

2. Időigény, passzív jövedelem

Sokféle motiváció lehet abban, ha valaki vállalkozást kíván indítani. Biztosan fontos ezek közül azonban az, hogy hosszú távon **több időt szeretne tölteni** a családjával, a hobbijával, szórakozással. Érdemes ezért előre megfontolni, hogy a kiszemelt vállalkozásnak mennyi lesz az időigénye. Az időigényt természetesen a várható nyereség mértékében kell szemlélni: Hiába tűnik elfogadhatónak az időigény, ha a vele elérhető haszon is kevés, akkor csak jelentős túlmunkával érhető el a megfelelő életszínvonal. Ebből a szempontból azok a vállalkozások az ideálisak, amik nagy kezdeti lendülettel indulva egyre kevesebb munkával egyre több bevételt hoznak.

Az olyan vállalkozás, ami a kezdetekben sem igényel jelentős időráfordítást, nem túl valószínű. Megfelelő háttérrel (értsd: tudás, tőke, stb.) ez előfordul, de nem jellemző. Adhatunk ötöst tehát egy olyan vállalkozásnak, ami kezdetben sok energiát igényel, de a befektetett idő hosszú távon megtérül: néhány év alatt az időszükséglet jelentősen csökken, majd pedig kialakul a **passzív jövedelem**. A passzív jövedelem onnan kapta a nevét, hogy nem kell érte aktívan megdolgozni, akkor is jön, amikor nem teszünk érte semmit.

Van néhány jellemző passzív jövedelemfajta, csak hogy néhányat kiemeljek közülük:

- Befektetés (tőzsde, cégvásárlás, stb., mind jellemzően elég sok tőkét igényel, és elég kockázatos)
- Saját vállalkozást olyan szintre emelni, hogy már a tulajdonos aktív közreműködése nélkül is folyamatosan pénzt hozzon neki

- Hálózati marketing (a vásárlói hálózat kiépítését a termékforgalmazó cég azzal honorálja, hogy folyamatos jutalékot fizet a hálózati vezető csoportjából származó forgalomból)

A passzív jövedelem nagyon fontos a **nyugdíjas évek** szempontjából is. Ha valaki nem rendelkezik passzív jövedelemmel, akkor a teljesítőképességének csökkenésével összhangban fog esni az életszínvonala is, mert a nyugdíjrendszerre sajnos egyre kevésbé számíthatunk...

3. Tapasztalat, tanulhatóság

Nem mindenki alkalmas minden vállalkozásra. Vannak olyan vállalkozások, melyek a vállalkozó előképzettségéből fakadóan maguktól adódnak, míg mások tanulhatóak. Lévén most az internetes vállalkozásokat vizsgáljuk, a tanulhatóságnak különösen nagy szerepe van.

Előre szólok, hogy az internetes vállalkozások között nemigen található olyan, amit vagy meglévő tapasztalat, vagy megszerzett tapasztalat nélkül sikerre lehet vinni! Le kell rombolnom azt a tévhitet – ha van ilyen –, hogy az internetes vállalkozások könnyűk, és elegendő hozzájuk ismerni az internet kezelését.

Igen, ez szükséges, de nem elégséges feltétele egy sikeres internetes vállalkozásnak. A többi szükséges tapasztalat megszerzése a tanulhatóságon múlik.

4. Termékfejlesztés, állandó megújulás

Egy vállalkozásnak kritikus eleme az, hogy mindig ott tud-e maradni a legjobbak között: időről időre meg tud-e újulni, lépést tud-e tartani az idővel. Ez leggyakrabban a következő módok egyikén valósul meg:

- A meglévő termékek (és szolgáltatások) továbbfejlesztésével
- Új termékek (és szolgáltatások) kifejlesztésével
- A kínált termékpaletta bővítésével

Azok a cégek, melyek saját terméket forgalmaznak, jellemzően azok továbbfejlesztésével, illetve új termékek fejlesztésével fejlődhetnek. Azok a cégek pedig, melyek mások termékeit forgalmazzák, a termékskála bővítésével, aktualizálásával tarthatják a lépést.

A termékfejlesztésre azért van szükség, mert – különösen az internetes vállalkozásoknál – a lényeg a termékekben (vagy szolgáltatásokban) van.

5. Egyediség: kitűnni a többiek közül

Az egyik legnagyobb hiba, amit egy vállalkozó elkövethet, az az, ha hasonlítani akar a többiekre. Akkor az ő vállalkozása csak egy lesz a sok közül. Miért választaná egy ügyfél éppen az ő ajánlatát, ha az pont ugyanazt sugallja, mint mindenki másé?

Már a tervezés fázisában át kell gondolni, hogy a leendő **vállalkozásunk mitől lesz egyedi**. Az egyediségünk kell, hogy meghatározza a versenyelőnyünket a többiekkel szemben.

A versenyelőny hallatán a legtöbben az **olcsó árra** gondolnak. Igen, ez egy komoly versenyelőny lehet, de nagyon veszélyes erre építeni egy vállalkozást. Ugyanis meddig lesz a mi árunk a legjobb? Addig, amíg mások – ugyanilyen, piacszerzési megfontolásból – alánk nem ígérnek. Ha a versenyelőnyünk kizárólag az olcsó árra épül, akkor mások árcsökkentésére mi is csak további árcsökkentéssel válaszolhatunk, és így folyamatosan csökken mindenkinek a haszonkulcsa. Az árverseny-spirálból így csak a legtőkeerősebb és a legtöbb forgalmat bonyolító tud kikerülni győztesül, a többiek tönkremennek.

A versenyelőny kialakítására az alacsony ár helyett – vagy mellett – sokkal célszerűbb **feltűnően kitűnni a többiek közül**. Az egyediséget nehéz a piaci környezettől szétválasztva vizsgálni, ezért talán

a legjobb az, ha ezt a törekvést a saját példánkon keresztül világítom meg. A Silihost (www.silihost.hu) alapításakor a jó ár mellett mindjárt két erős versenylőnyt is megtervezünk: 1. Olyan szuperszámítógépes szervereket alkalmaztunk, hogy mi lettünk Magyarország leggyorsabb tárhelyszolgáltatója (és így is hirdetjük magunkat); 2. A célcsoport megszólítására készítettünk egy ingyenes, egyéves internetmarketing távoktatást, ami azóta is nagy sikernek örvend (www.silihost.hu/tavoktatas.html).

Az egyediségre törekvő stratégia már számtalanszor bizonyított. Miért hagyná ki ezt a szempontot az új vállalkozásának megtervezésekor?

6. A piac telítetlensége

Nehéz érvényesülni egy olyan piacon, ami már látszólag telített a mi termékeinkre vagy szolgáltatásainkra nézve. Ilyenkor piacot csak mások ellenében, az ő piaci részesedésüket lefaragva nyerhetünk. Természetesen a meglévő piaci szereplők foggal-körömmel védeni fogják a részesedésüket a piaci tortából, és ezt ráadásul tehetik úgy, hogy feltehetően megvan hozzá a tőkájük is: az eredményeik megőrzéséhez elegendő a profitjuk egy részét visszaforgatniuk. Egy új szereplő viszont csak úgy tud kiharcolni valamit magának, ha kockáztat: agresszívan reklámoz, ügyfeleket csábít el mástól, stb. Ez mind komoly tőkeerőt feltételez. (Egy telített piacra történő betörés jó példája volt a harmadik magyarországi mobiltelefon-szolgáltató indulása, ha még emlékszik rá.)

Telítetlen piacot két módon találhatunk:

1. a **termék új**, még nem eléggé közismert;
2. a terméket **vásárlók köre** (a célcsoport) **folyamatosan bővül**.

Akár az egyik szempont megléte is elegendő ahhoz, hogy komoly reményeket táplálhassunk vállalkozásunk sikere iránt. Persze, ha egy vállalkozásra mindkét szempont igaz, az még biztatóbb.

Talán egy kicsit több figyelmet igényel a második pont: mikor tekinthető bővülőnek a vásárlók köre. Természetesen itt nem arra gondolok, hogy a fiatalokból felnőttek lesznek, akik, miután elkezdnek pénzt keresni, mindenféle termékre új vásárlóerőt jelentenek. Erre várni ugyanis túl lassú az Ön vállalkozásának. Egy igazi példa ellenben a folyamatosan bővülő célcsoportra például az egészségmegőrző vagy táplálék-kiegészítő termékeket fogyasztók köre: Egyre többen ismerik fel az egészségtelen életmód és étkezés veszélyeit, és próbálnak tenni valamit az egészségük megőrzéséért.

7. Alacsony kockázat

Amikor jön egy jó ötlet, vagy még inkább egy jó lehetőség, a kezdő vállalkozó hajlamos alulbecsülni a vállalkozás kockázatát. Pedig sokszor az alaposabb elemzés rávilágítana arra, hogy a jó lehetőség valójában – az ő számára – csak egy *jónak tűnő* lehetőség. A kockázatot minimum három vonalon ellenőrizni kell:

- Megtérül-e a vállalkozásba fektetett pénz?
- Megtérül-e a vállalkozásba fektetett idő?
- Milyen mértékben érinti a vállalkozót, ha a vállalkozás nem válik be? (Azaz a vállalkozó pénz- és időtartalékai mennyire sínylik meg az esetleges kudarcot?)

Ahhoz, hogy egy nagyobb kockázatot magában rejtő vállalkozást sikerre vigyünk, nem elegendő kockázatviselő személyiséggel bírni, hanem rendelkezni kell olyan tartalékokkal (vagy aktuális munkahelyünkről származó folyamatos megtakarításokkal), amikből a nem várt költségeket is fedezni tudjuk, vagy amikből az esetleges kudarc esetén egy másik vállalkozást is el tudunk indítani.

Vagy, inkább olyan vállalkozásba kezdeni már most, ami kevésbé kockázatos.

8. Függetlenség

Egy vállalkozás már önmagában is nagyobb függetlenséget jelent, mint alkalmazottként dolgozni. Itt is vannak azonban még különbségek. Hogy egy példát említsek név nélkül, az egyik legnagyobb nemzetközi táplálékkiegészítőket forgalmazó vállalat tiltja, hogy a termékforgalmazói a saját honlapjukon feltüntessék a termékek nevét, fényképét, leírását. Ennek biztosan megvan a maga oka, de az Ön vállalkozásának a függetlenségét jelentősen csorbítja egy ilyen szabályozás.

Nemcsak az internetes megjelenést, hanem az üzletmenetet, az email-marketing használatát, és sok más is korlátozhatnak a cégek, akikkel együttműködünk, vagy akiknek a termékeit értékesítjük. Ha valaki kreatív vállalkozó, és ki akar tűnni a többiek közül, akkor célszerű olyan üzletbe fognia, ahol viszonylag nagy lesz a függetlensége.

9. Kész honlap

Az internetes vállalkozások elemzésének utolsó szempontja az, hogy az a cég, amelyik termékeire a vállalkozásunk épít, biztosít-e számunkra egy honlapot, amivel már egyből el tudunk indulni. Ez a kérdés azért került az utolsó helyre, mert egy honlap viszonylag könnyen megrendelhető. Számos buktatója lehet viszont a honlapkészítésnek:

- Nem olcsó: nálunk, a Silihostnál a honlapkészítés 2008-ban átlagosan 70-150 000 Ft között van (www.silihost.hu/honlapkeszites.html);
- Ha az ügyfél az internetmarketinget napi szinten nem használó honlapkészítőt bíz meg, akkor valószínűleg egy nagyon szép, de értékesítés szempontjából elég haszontalan honlapot fog kapni;
- A honlapkészítés több hónapot is igénybe vehet, és addig elveszhet a vállalkozás kezdeti lendülete vagy versenyelőnye.

Ha tehát valaki az interneten szeretne pénzt keresni, a színvonalas és az üzleti cél szempontjából is jól teljesítő honlap alapvető fontosságú. Ha pedig egy ilyet kapunk ingyen – vagy jelképes összegért –, az nagy lendületet adhat a kezdő vállalkozásunknak.

Végére érve a leendő internetes vállalkozásunk sikerét meghatározó szempontoknak, most elemezzük ezek alapján a vállalkozások egyes típusait!

Saját ötleten alapuló, önálló vállalkozás

Amikor valaki önálló vállalkozásba kezd, akkor általában azt értjük alatta, hogy alapít egy kft-t vagy bt-t, vagy kiváltja a vállalkozói engedélyét, és elkezdi felépíteni egy ügyfélkört a vállalkozásához. Ha valaki ugyanezt az interneten teszi, nincsen sok különbség, csupán jellemzően az, hogy a működéséhez nem kell fizikailag boltot nyitnia. És persze másfajta ötletek kellene az internethez, mint a nagyvilágban máshová.

Vegyük sorra, hogy a siker alappillérei hogyan valósulnak meg egy saját ötleten alapuló internetes vállalkozásban!

1. Ismétlődő bevétel

Itt csak ismételni tudom önmagam, hogy az ismétlődő bevételek megalapozzák a vállalkozás stabil fennmaradását és fejlődését. Ha a vállalkozás jellege olyan, hogy az ügyfelek többsége újra és újra vásárol, vagy szolgáltatást igényel, akkor a meglévők megtartása mellett az új ügyfelek folyamatos növekedést hoznak. Ellenkező esetben állandóan új ügyfelek után kell nézni, hogy egyáltalán szinten tarthassuk a vállalkozást.

Gyakran találkozhatunk az interneten azzal az ajánlással, hogy keressünk pénzt úgy, hogy saját „info termékeket” készítünk és értékesítünk. A digitális termék lehet például egy **e-könyv**, vagy egy **e-tanfolyam** (mely akár multimédia elemeket is tartalmazhat). Azaz, ha értünk valamihez, akkor azt öntsük formába, és adjuk el.

Azonnal látjuk, hogy egy ilyen vállalkozás az ismétlődő bevételre elég gyenge osztályzatot kaphat. Ismétlődés legfeljebb akkor fordulhat elő, ha azonos célcsoportoknak több terméket is készítünk (készítettünk) és forgalmazunk, hiszen ugyanazt a terméket ugyanannak többször nem tudjuk eladni.
Osztályzat tehát: 1-es.

Egy másik jellemző internetes vállalkozás az, ha **saját webáruházat** nyitunk. Az áruk széles választéka esetén a webáruház valóban vissza tud csábítani vevőket, különösen, ha azon a területen a webáruházak között nincs nagy verseny, vagy, ha olyan hozzáadott értéket kapnak a vevők, ami miatt azok nem mennek el máshová vásárolni. Látni kell azonban azt, hogy a vevők keze nincs megkötve: ha most tőlünk vették a tévét, egyáltalán nem biztos, hogy jövőre tőlünk fogják venni a porszívót is.
Osztályzat: 3-as.

Ezért az ismétlődő bevételek szempontjából a legjobb vállalkozási ötletek azok, ahol *a vevőknek akkor kell aktívan beavatkozniuk, ha el akarnak menni máshoz*. Lássunk egy példát is erre: Képzeltbeli vállalkozásunk kínáljon internet-alapú ügyvitelt (számlázást, könyvelést, stb.). Az ügyvitel folyamatos szolgáltatást jelent, így az ügyfelek mindaddig hozzánk vannak kötve, amíg úgy nem döntenek, hogy elmennek. Csak fenn kell tartanunk a megfelelő áron a megfelelő színvonalat, és akkor az ügyfelek többségét meg tudjuk tartani. Hasonlóan előnyös bármilyen más olyan vállalkozás is, mely havi díjért nyújt szolgáltatást, ilyen például egy **klubtagságon** alapuló előfizetés. Egy ilyen jellegű vállalkozás **5-öst** kapna az ismétlődő bevételre.

Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a saját ötleten alapuló vállalkozás ismétlődő bevétele elsősorban a vállalkozás jellegén múlik, érdemes tehát azt komolyabban megvizsgálni – előzetesen. Az összehasonlításokban átlagos pontszámként **3-mal** tudunk majd számolni.

2. Időigény, passzív jövedelem

Időigényben az internetes önálló vállalkozások sem térnek el lényegesen a hagyományos vállalkozásoktól. Saját magam is azt tapasztalom, és ismerőseim is azt igazolják vissza, hogy nehezen fejlődik a vállalkozás, ha az ember nem dolgozik napi 8 óránál többet, és még valamit hétvégenként

is. Persze viszonylag könnyebb az interneten, rugalmas munkaidőben dolgozni napi 10 órát, mint mondjuk hosszabb utazással bejárni egy 8 órás munkahelyre.

A passzív jövedelem is – néhány ritka kivételtől eltekintve – a távlatokba vész. Passzív jövedelmet ugyanis egy vállalkozó akkor tud realizálni, ha talál – és meg is tud fizetni – olyan igazgatókat maga helyett, akik ugyanolyan sikeresen viszik tovább az üzletét (napi 8 órás munkaidővel), mint ahogyan azt ő maga tette korábban (több mint 8 órában).

Az időigény és passzív jövedelem kérdésében az önálló ötleten alapuló vállalkozás **1-essel** teljesít csak.

3. Tapasztalat, tanulhatóság

Ezt a kérdést nem is kell túlragozni. Egy újdonsült vállalkozónak jellemzően nincs még vállalkozói tapasztalata, és ez az internetes vállalkozó esetén sincs másképpen. Mennyire tanulható? Mint minden, ez is tanulható, a probléma viszont az, hogy a tanuláshoz az új vállalkozó nem kap támogatást, iránymutatást, vagy akár tananyagot. Hiszen rajta kívül senki más nem érdekelt abban, hogy sikeres legyen. Idegenek legfeljebb abban érdekeltek, hogy konzultációt vagy tananyagot adjanak el neki, ahhoz, hogy ő azokat mennyire fogja hasznosítani, már nem fűződik érdekük.

A tapasztalat tehát kevés, a tanulhatóság nehézkes, az osztályzat így **1-es**. Az ember általában a saját tapasztalataiból tanul...

4. Termékfejlesztés, állandó megújulás

Mivel az önálló ötleten alapuló vállalkozás gazdája a saját kezébe vette a sorsának irányítását, így a termékfejlesztésre és az állandó megújulásra is oda tud, vagy oda kell, hogy tudjon figyelni.

Mindenesetre ez nem könnyű, mert még ha sikeresen meg is alapozta piaci jelenlétét egy vállalkozás, utána az erői jelentős részét az újításokra kell fordítania, különben lemarad az új versenytársak mögött. Így is megítélhetünk egy **4-est** erre a szempontra.

5. Egyediség: kitűnni a többiek közül

Ma már semmilyen versenylőnyt nem jelent, ha valakinek van honlapja, inkább versenyhátrányt jelent, ha valaki nincs jelen az interneten. Az egyediséget tehát máshol kell keresni.

Nyilvánvalóan egy teljesen önálló vállalkozás nagy szabadsági fokkal rendelkezik abban is, hogy egyedivé tegye magát. Másrésztől azonban egyáltalán nem könnyű kitűnni a többiek közül, különösen, ha a cég tevékenységéhez kötődő termékek és szolgáltatások átlagosak. Ezért erre a szempontra **3-as** osztályzatot adok.

6. A piac telítetlensége

Az általános ismertetésben részleteztem, hogy telítetlen piacot két módon találhatunk:

1. a termék új, még nem eléggé közismert;
2. a terméket vásárlók köre (a célcsoport) folyamatosan bővül.

Az az igazság, hogy az átlagos vállalkozásnál ezek a lehetőségek elég ritkán adóttak. Bár a vállalkozás alapításakor megvan az a lehetősége, hogy átgondolja a piac telítettségét, a kezdő vállalkozó nagyon ritkán veti el vállalkozásának ötletét e szempont mentén. Ez így valahol normális is, mindazonáltal egy telítetlen piacon az esélyeink sokkal jobbak lehetnek. E szempontra egy önálló ötleten alapuló vállalkozásnak egy közepes, **3-as** osztályzatot adhatok.

7. Alacsony kockázat

Ennél a kérdésnél szintén nem kell magyarázkodni. Magyarországon a sikeres vállalkozások a megalapított vállalkozások számának csak csekély részét teszik ki. A saját ötleten alapuló vállalkozások kockázata óriási. A saját vállalkozások nagyon erősen tőke- és időigényesek, és még ezek megfelelő ráfordításával sincs biztosítva mindenképpen az üzleti siker. Az osztályzat: **1-es**.

8. Függetlenség

Ez az első olyan szempont, amire gondolkodás nélkül maximális pontszámot tudunk adni: **5-öst**. A saját ötleten alapuló vállalkozást mindenki olyanra formálja, amilyenre csak szeretné, csak a törvényi korlátozásokra kell odafigyelnie.

9. Kész honlap

Önálló vállalkozónknak a honlaptervezés és -készítés minden felelősségét önállóan kell felvállalnia. A piacon elérhető sablonok rendkívül keveset segítenek, leginkább csak ötletadásra használhatók. Az osztályzat: **1-es**.

Összefoglalás

Összegezzük most a saját ötleten alapuló vállalkozások sikermutatóit!

A siker alappillérei	Saját ötleten alapuló vállalkozás
1. Ismétlődő bevétel	3
2. Időigény, passzív jöv.	1
3. Tanulhatóság	1
4. Állandó megújulás	4
5. Egyediség	3
6. Telítetlen piac	3
7. Alacsony kockázat	1
8. Függetlenség	5
9. Kész honlap	1
Összes pontszám	22

Ha Ön egy internetes vállalkozás megnyitása mellett dönt, mi két módon tudunk ebben segíteni:

- Iratkozzon fel egyéves ingyenes internetmarketing távoktatásunkra, melyet kifejezetten a kezdő vállalkozók támogatására készítettünk el (www.silihost.hu/tavoktatas.html);
- Ha úgy gondolja, hogy egy személyes konzultáció sokkal többet hozhat Önnek, mint amennyibe kerül, kérjen internetmarketing konzultációt (www.silihost.hu/konzultacio.html). Így biztosabb alapokkal indulhat el, és pontosan tudni fogja, hogy mire számíthat az interneten. (A konzultációs óradíjünk 2008. elején 5000 Ft + ÁFA volt.)

Jutalékot hozó forgalomszerzés

Ha az interneten pénzt keresni szándékozó vállalkozó nem kíván saját termékekkel és szolgáltatásokkal bajlódni, akkor számára az lehet ideális, ha mások termékeit népszerűsíti, és az eladásokból jutalékot kap. Ezt hívjuk összefoglaló néven partnerprogramnak.

Milyen előnyökkel bír a partnerprogramokban történő részvétel a saját termékekhez képest?

- A legkiválóbb termékeket és szolgáltatásokat kínálhatja (kiválaszthatja a legjobbakat)
- Általában jól meg van fizetve a vevők közvetítése
- Nem kell saját termékeket és szolgáltatásokat nyújtania
- Egy személy akár sok különböző termékfajtaival is tud foglalkozni
- Nem kell foglalkoznia a termékek kiszállításával (a saját webáruházzal ellentétben)
- Nem kell ügyfélszolgálatot fenntartani és alkalmazottakat fizetni
- Nincs raktár, készlethiány, szállítási probléma
- Könnyen, kis költséggel lehet váltani partnert, ha a termékszínvonal vagy a jövedelmezőség csökken

Mik a hátrányai a partnerprogramoknak a saját termékekhez képest?

- Függs más üzletektől
- Egy eladás során keletkezett haszon megoszlik a vevőt hozó vállalkozó és a vevőt kiszolgáló üzlet között
- *Magyarországon a potenciális vásárlók számának meglehetősen korlátozott volta miatt nagyon kevés a jól működő partnerprogram.*

Sajnos ez az utolsó szempont Magyarországon elmos minden más előnyt. Magyarországnak egy nagyobb országhoz, vagy mondjuk az Egyesült Államokhoz viszonyított népessége olyan kicsi, hogy egyszerűen nem éri meg megpróbálni partnerprogramokból megélni.

Nézzük, hogyan működik angol nyelvterületen egy ilyen vállalkozó:

- Minden héten bekapcsolódik egy új partnerprogramba, és készít hozzá egy honlapot
- A régi honlapjait is frissíti, és gondoskodik azok állandó reklámozásáról
- Hirdetéseibe visszaforgatja a szerzett jövedelmének egy részét

Magyar nyelvterületen ez több ponton sérül: nincs annyi partnerprogram, hogy mindenki kedvére válogathasson; a kis létszámú vásárlóerő miatt egy új honlap megtérülése rendkívül lassú; a hirdetések drágák ahhoz viszonyítva, hogy mennyi hasznot hoznak.

Ezért én azt javaslom, hogy – hacsak nem érdeklik Önt kifejezetten a partnerprogramok – nyugodtan ugorja át ezt a fejezetet, és csak a legvégén található összehasonlítást tekintse át. Én azért a teljesség igényével elemezni fogom a partnerprogramok sikermutatóit is.

1. Ismétlődő bevétel

A partnerprogramok jellegéből fakadóan a bevételek kizárólag a terméket vagy szolgáltatást nyújtó cégek jutalékrendszerétől függnnek. A vállalkozónak arra, hogy ezek nyújtanak-e ismétlődő bevételt, nincs ráhatása.

Természetesen léteznek olyan partnerprogramok, melyek ismétlődő bevételt nyújtanak, és a vállalkozónak szabad keze van annak megválasztásában, hogy kikkel dolgozik együtt. De az összes létező partnerprogramnak az ismétlődő bevételt nyújtó hányada igen csekély. Mivel ebből a kis hányadból megélni nemigen lehetne, az osztályzat: **2-es**.

2. Időigény, passzív jövedelem

Mitől jobb partnerprogramokból megélni, mint egy saját ötletet megvalósítani? Partner-honlapok építésénél valamivel jobb a saját időnk kihasználtsága, mint a saját ötleten alapuló vállalkozás esetén. Itt ugyanis elég egyszer elkészíteni egy honlapot, kidolgozni a reklámozását, és utána majdhogynem magára is hagyhatjuk a működő rendszert, ami ezután folyamatosan hozza a jutalékot (ha hozza). Továbbállhatunk egy következő partnerprogram kiépítéséhez.

Az azonos jövedelem eléréséhez szükséges időigény tehát itt kisebb, de az eredmény egyáltalán nem nevezhető passzív jövedelemnek: nem rendelkezünk állandó, stabil vásárlóerővel, ezért a viszonyok megváltozásával a jövedelmünk teljesen meg is szűnhet, ha a figyelmünket levesszük a vállalkozásról. Az adható osztályzat így: **2-es**.

3. Tapasztalat, tanulhatóság

Jól csinálni mások termékeinek értékesítését nem könnyű. Ebbe ugyanúgy bele kell tanulni, mint bármilyen más – teljesen speciális – vállalkozásba. Ilyen irányú tapasztalata tehát a kezdő vállalkozónak tehát szinte biztosan nincsen.

Persze ez is megtanulható, de megtalálni a megfelelő tanfolyamot (ami lehet, hogy csak angolul elérhető), és a gyakorlatba átültetni a megszerzett tudást szintén nem könnyű. Egyedül az jelenthet némi segítséget, hogy itt mások is vannak, akik érdekeltek a sikerünkben: azok, akiknek a termékeit értékesítjük. Tőlük származhat némi iránymutatás, de a tapasztalatom az, hogy egy egyoldalas rövid ismertetőnél többre tőlük sem számíthatunk. Így ez a szempont is **2-esre** teljesít.

4. Termékfejlesztés, állandó megújulás

Ha most eltekintünk a magyarországi partnerprogramok korlátozott számától, akkor erre a szempontra a partnerprogramokra épülő vállalkozások – úgy általában – nagyon jól teljesítenek.

Képzeljünk el egy olyan honlapot, mely horgászoknak szól, és mely ajánl jó néhány online megrendelhető horgászfelszerelést. Egyszer csak berobban a piacra egy új típusú csali: A honlap tulajdonosának nincs más dolga, mint megállapodnia az egyik olyan céggel, amelyik ezt árulja, és máris pénzt kereshet az újdonsággal. Az állandó megújulás tehát kis odafigyeléssel könnyen biztosítható. Osztályzat: **5-ös**.

5. Egyediség: kiténni a többiek közül

Itt viszont nehéz dolga van a partnerprogramokból élő vállalkozónak. Az önállósága nagyon csekély, hiszen a függősége nagy. Egyediséget nagyon nehéz kialakítani. Ráadásul a vásárlók megnyeréséért versenyez minden más olyan vállalkozóval, akik ugyanannak a cégnek a termékeit – szintén partnerprogramokon keresztül – kínálják. Ha a kínált termékek és szolgáltatások ugyanazok, úgy nehéz kiténni a többiek közül. Osztályzat: **1-es**.

6. A piac telítetlensége

Ezt a szempontot nem lehet függetleníteni a termékektől, ezért úgy gondolom, a partnerprogramoknak is adjuk meg ugyanazt az osztályzatot, mint amit a saját ötleten alapuló vállalkozások megkaptak, a középezt, **3-ast**.

7. Alacsony kockázat

Nem kérdéses, hogy a partnerprogramok kockázata elég alacsony. Beruházni csak a honlapok elkészítésébe és a rájuk épülő marketingbe kell. Ha ez megvan, akkor jöhet az éles teszt: a reklámozás. A reklámozás hatékonyságát az első időben nagy figyelemmel kell követni, és ha a reklámköltség nagyobb, bizonyul a bevételnél, akkor az egész projektet azonnal le is lehet állítani.

Így egy sikertelen új projekt bekerülési költsége csupán néhány tízezer forintnál megfogható. Persze ha mindjárt az elején néhány bukó projektet indítunk el, azok összesen már több százezer forintos veszteséget is jelenthetnek. Ez azonban még mindig jóval kisebb, mint egy átlagos saját ötleten alapuló vállalkozás kockázata. Az általam adott osztályzat: **4-es**.

8. Függetlenség

A partnerprogramok éppen a függőségről szólnak. Az önállóság legfeljebb arra korlátozódik, hogy hogyan találjuk meg a vásárlókat, és hogy hogyan találjuk nekik az ajánlatokat. Osztályzat: **2-es**.

9. Kész honlap

A partnerprogramok – legalábbis angol nyelvterületen – gyakran adnak egy kész (átalakítható) honlapot is az azonnali értékesítés megkönnyítésére. Angol nyelvterületen ez a szempont tehát megérdemelné az ötöst. Magyarországon ez kevésbé jellemző, ezért így egy **4-es** osztályzatot tudunk adni.

Összefoglalás

Összegezzük most a partnerprogramok sikermutatóit!

A siker alappillérei	Saját ötleten alapuló vállalkozás	Partnerprogramok
1. Ismétlődő bevétel	3	2
2. Időigény, passzív jöv.	1	2
3. Tanulhatóság	1	2
4. Állandó megújulás	4	5
5. Egyediség	3	1
6. Telítetlen piac	3	3
7. Alacsony kockázat	1	4
8. Függetlenség	5	2
9. Kész honlap	1	4
Összes pontszám	22	25

Ha Ön partnerprogramokon keresztül szeretne pénzt keresni, egy személyes konzultáció keretében meg tudom mutatni, hogy melyik angol nyelvű tanfolyamokat és forrásokat tartom a témában a legjobbaknak.

A network marketing halála

Az egész történet egy hihetetlenül jó ötlettel kezdődött. Azzal, hogy az értékesítést a hagyományos bolti kereskedelmi formából áthelyezték egy olyan közvetlen értékesítési formába, ahol nemcsak az eladást végzők kaptak jutalékot, hanem azok is, akik az értékesítési hálózatba beszervezték az eladókat. Így bármelyik vásárlóból válhatott eladó, majd pedig szervező is. A rendszer több szinten fizetett jutalékot, így minél nagyobb forgalmú hálózatot épített ki valaki maga alatt, annál nagyobb havi jövedelemre tett szert. Megszületett a többszintű marketing, mely angol nevén terjedt el: **multi level marketing (MLM)**.

Az ötlet tényleg forradalmi volt, és annyira időtálló, hogy az ebben rejlő lehetőségek még ma is alig kiaknázottak: a többszintű marketingre épülő értékesítés ma is folytatja térnyerését a hagyományos bolti forgalommal szemben, és még jó ideig folytatni is fogja.

Az újdonságnak számító üzleti lehetőség az MLM erőszakos terjedésének köszönhetően azonban egy idő után „mellézköngét kapott”, és így egyre kevésbé fogadták szívesen. Meg kellett menteni a hazát. Erre egy új elnevezés kézenfekvőnek ígérkezett, így az üzlet – mindenféle lényegi változás nélkül – új nevet kapott: **network marketing** lett. Ekkor a számítógépes hálózatok és az internet fénykorában jártunk, így mindent, ami emlékeztetett rá (network = hálózat), mindenki nyitottan fogadott. Az új elnevezés új erőt adott, és megmentette az üzleti modellt. Egy időre.

Lényegi változás nélkül azonban a problémák továbbgyűrűztek, és azt kell, hogy mondjam, hogy mára a network marketing – a jelenlegi formájában – meghalt. Lehet, hogy egy ilyen kijelentés Önnek túl erősnek tűnik, de hadd igazoljam ezt néhány ténnyel.

A network marketing modell alapja a másolhatóság. Ha Ön ilyen üzletbe kíván kezdeni, akkor nemcsak hogy önmagára, hanem az Ön és a partnerei által bekapcsolt több száz – vagy több ezer – emberre is igaznak kell lennie a következőknek:

- Rendelkezzen legalább **száz** olyan **rokonnal vagy ismerőssel**, akiket szorongató gyomor nélkül, lelkesen meg tud szólítani, hogy kapcsolódjanak be az üzletébe
- Ha ezek elfogytak, fel merjen hívni heti **több száz idegent** telefonon, akiknek az elérhetőségét megvásárolta vagy ajánlás útján megszerezte
- Az embereket szívesen meghívja a saját lakására vagy egy szállodába egy **„bemutatóra”**
- Rendelkezzen elegendő tartalékkal, hogy átvészelje a kezdeti 3-9 hónapot, amíg a vállalkozása **több pénzébe kerül, mint amennyit keres vele**
- Tudjon olyan jól **kommunikálni**, hogy a személyes vagy telefonos meghívás ne betanult szövegnek, pláne ne felolvasásnak tűnjön
- Ha a hálózatépítés fenti formái esetleg kudarcot vallanak, akkor tudjon **eladni**, merjen **házalni**, amíg beindul az üzlet

Most nézzen magába, hogy ezek közül mennyi igaz Önre... Úgy gondolja, hogy nem a rendszerrel van a baj, hanem Önnel? Akkor most nézze meg, hogy a közvetlen ismerősei közül hányra igaz mindez...

Ugye, most már látja, hogy nem az emberekkel, hanem a rendszerrel van a baj! A network marketing napjai – a jelenlegi formájában – meg vannak számlálva. Vagy már meg is halt.

Csak egy aprónak tűnő változtatásra van szükség

A problémák gyökere az, hogy jelenleg a munkatársnak kell megkeresnie a jelölteket. A saját ismerőseit kell győzködni. Neki kell felhívnia idegeneket. Neki kell eladnia. Neki kell magyarázkodnia, hogy az üzlete miért olyan jó, miközben a jelöltek ellenállnak. Gyomorszorongató érzés.

Egy „aprócska” változásra van pedig csak szükség a koncepcióban, hogy az egész üzlet lendületet fogjon. **Nem a munkatársnak kell megkeresnie a jelölteket, hanem a jelöltek keresik meg a munkatársat.** Már is lekerül a súlyos kő az ember szívéről, és újra kedve van pénzt keresni. Mások fogják megtalálni őt, nem neki kell megkeresni másokat. Hogy hogyan? Az internet segítségével.

Bemutatkozik a network marketing „2”

A network marketing „2” nem más, mint a network marketing hagyományos üzletmenete átültetve az internetre. Azt, amit eddig a munkatársak a személyes kapcsolatok megmozgatásával értek el, a network marketing „2” az interneten képzelel el.

Az internetnek van néhány nagy előnye a személyes kapcsolatokhoz képest:

- Szinte kifogyhatatlan – és egyre bővülő – potenciált jelent
- Az emberek aktívan használják az internetet információszerezésre, így megvalósítható az az elképzelés, hogy a jelöltek találjanak meg minket, és ne nekünk kelljen megtalálni a jelölteket

Ez persze nem azt jelenti, hogy a network marketing „2”-ben ölbe tett kézzel várjuk a sült galambot. A különbség az, hogy a jelöltkeresés helyett itt jelentős részben azon dolgozunk, hogy akik keresnek, megtaláljanak minket (és hogy *minket* találjanak meg). Azok, akik keresnek valamilyen jó lehetőséget. Azok, akik szeretnék kiegészíteni a jövedelmüket. Azok, akik szeretnének jobban, egészségesebben élni, és szeretnék legalább a saját fogyasztásukat ingyenessé tenni.

És most egy nagyon fontos rész következik, mert bemutatom, hogy jelenleg a network marketing „2”-re nyitott emberek köre szédületes mértékben növekszik.

A lemorzsolódás, ami a network marketing „1” halálát okozta

A network marketing legnagyobb kihívása a lemorzsolódás. Ez a kifejezés azt takarja, hogy az emberek túl hamar kilépnek az üzletből. Nem adnak elég időt maguknak ahhoz, hogy az adott üzletet sikerre vigyék.

A lemorzsolódás oka nem az egyes network marketing hálózatok termékeiben vagy üzleti terveiben keresendő. Azok jobbnál jobbak. A hálózatokon keresztül elérhető termékek rendszerint sokkal jobb minőségűek, mint a boltokban kaphatók, és a cégek igyekeznek az árakat is a megfizethető szinten tartani. A kereseti lehetőségek pedig tényleg nagyon jók (lásd később a passzív jövedelemnél), **HA** van elegendő forgalom az alsó vonalakon.

A probléma valódi oka ez az aprócska „HA”.

A legtöbb ember azelőtt elveszíti az érdeklődését, mielőtt elérné ezt az elegendő forgalmat. Mert nem tudnak elegendő munkatársat csatlakoztatni ahhoz, hogy elérjék a kritikus tömeget. **Miért?** Lásd a fejezet elején található masszív felsorolást. **Mi lesz ennek az eredménye?** Otthagyják ezt az adott hálózatot.

És továbbállnak. De nem hagyják ott az egész network marketing üzletágot. Azaz nem másféle üzletbe kezdenek, hanem szerencsét próbálnak egy másik hálózatban. Amiről jobbat hallottak. Aminek az üzleti terve még jobbnak tűnik.

Miért nem hagyják ott a network marketing üzletágot, ha pedig egyszer (vagy többször) már kudarcot vallottak benne? Mert nincs más lehetőségük! Ez a tanulmány is arra a következtetésre fog jutni, hogy az átlagos kockázatviseléssel és befektethető tőkével rendelkező munkavállaló legjobb üzleti lehetősége a network marketing. Csak – ha követi a trendet – meg kell találnia egy olyan network marketing céget, amelyik az interneten képzelel el a jelöltek keresését és a napi munkavégzést.

A felmérések szerint az utóbbi években az embereknek az egy adott network marketing üzletben eltöltött ideje drasztikusan csökkent (értsd: a lemorzsolódás fokozódott), de ezzel egyidejűleg a

network marketingben, mint egész üzletágban eltöltött idejük pedig nőtt. Ez azt jelenti, hogy az emberek nyitottsága a többszintű hálózatokban történő pénzkeresésre növekszik!

Miért fog a lemorzsolódás csökkenni az internet-alapú network marketingnél?

- Nem kell saját címlistát összeírni, és a régi ismerősöket felkeresni
- Nem kell idegeneket felhívni, legfeljebb azokat, akik maguk kérték a tájékoztatást
- Nem kell személyes bemutatókat tartani: minden történhet az interneten
- Kisebbség a költségek, mert minden az interneten zajlik
- Nem muszáj olyan jól kommunikálni szóban, a kommunikáció zöme itt írásos
- Nem kell házalni, nem kell eladni, legfeljebb webáruházon keresztül
- Sokan keresnek ilyen vállalkozást az interneten, így sokan meg is találják minket, ezáltal elérhető a kritikus tömeg az üzletben

Minden tényező összejátszik tehát abban, hogy a network marketing „2” az „1”-nél is nagyobb sikert érjen el:

- Az internet egyre bővülő potenciált jelent
- Az interneten megvalósítható a jelöltkeresés átfordítása: a jelöltek találják meg minket, és ne nekünk kelljen megtalálni a jelölteket
- Az emberek nyitottsága és szüksége az ilyen jellegű pénzkeresetre egyre nagyobb
- A lemorzsolódás sokkal kisebb, így a tagok és az alsóvonaluk tagjai is sikerre tudják vinni az üzletüket

A Kedves Olvasó nem menekül meg attól, hogy a network marketinget is objektíven megvizsgáljuk a sikermutatók alapján. Mivel összességében ez a vállalkozási forma fog a legtöbb pontszámot kapni, érdemes ezt részletesen átböngészni!

Network marketing „1” és „2”

Ebben a fejezetben a network marketing hagyományos („1”) és a kifejezetten az internetre alapozó („2”) formáját együtt vizsgáljuk, mert mindkettőt lehet az interneten sikeresen vinni. Különbség csak néhány ponton jelentkezik majd, bár azok igen fontosak, és megalapozhatják a sikert – vagy éppen ellene dolgozhatnak.

1. Ismétlődő bevétel

A network marketing cégek csak úgy tudnak rendszeres jövedelmet biztosítani a munkatársaiknak, ha a termékek, amiket forgalmaznak, rendszeres szükségletet elégítenek ki. Nem véletlen, hogy a sikeres network marketing cégek táplálék-kiegészítőkkel, háztartási szerekkel, kozmetikumokkal és más fogyóciókkel foglalkoznak. Kivételek persze vannak, például a pénzügyi befektetéseket vagy új autókat kínáló cégek, de a fő vonal mégiscsak a fogyóciók forgalmazása. Az ismétlődő bevétel szempontját tehát a network marketing cégek **5-ösre** teljesítik.

2. Időigény, passzív jövedelem

Robert T. Kiyosaki Gazdag papa befektetési tanácsai c. könyvében ezt írja a jövedelmek típusairól:

1. *Keresett jövedelem: Általában állásban vagy valamilyen munkával szerzett jövedelem. A legáltalánosabb formája a fizetés. Ez egyben a legerősebben megadóztatott jövedelem is, ezért ebből a legnehezebb vagyont szerezni. Ha azt mondjuk a gyermekünknek, „Szerezz jó állást”, azt tanácsoljuk neki, hogy keresett jövedelemért dolgozzon.*
2. *Portfólió-jövedelem: Ez a jövedelem általában értékpapír eszközökből származik – részvényekből, kötvényekből, befektetési alapokból stb. A portfólió-jövedelem a legnépszerűbb formája a befektetési jövedelemnek egyszerűen azért, mert az értékpapírokból származó jövedelmet sokkal könnyebb kezelni és megtartani, mint másfélét.*
3. *Passzív jövedelem: Ez a jövedelem általában ingatlanból származik, de származhat szabadalmi díjakból vagy licencszerződésekből is. A passzív jövedelmet 80%-ban az ingatlanok biztosítják. Az ingatlanokra sokféle adókedvezményt lehet igénybe venni.*

Két apámnak többek között abban tért el mindvégig a véleménye, hogy mit mondjon egy szülő a gyerekének. Szegény apám mindig ezt mondta: „Dolgozz keményen az iskolában, hogy jó osztályzataid legyenek. Ha jó jegyeid vannak, jó állást kapsz majd. Akkor aztán rendes, szorgalmas ember válik belőled.” Gimnazista korunkban gazdag apám csak kuncogott ezen az elgondoláson. Ő azt mondta Mike-nak és nekem: „A te apád rendes, szorgalmas ember, de sosem gazdagszik meg, ha így gondolkodik. Ha rám hallgattok, fiúk, portfólió jövedelemért és passzív jövedelemért dolgoztok, csak így gazdagodhattok meg... A keresett jövedelmeket pedig a lehető leghatékonyabban át kell alakítanotok portfólió-jövedelemmé és passzív jövedelemmé.

Abban az időszakban, amire Kiyosaki fent hivatkozik, a passzív jövedelem még a gazdagok kiváltsága volt. Hagyományos módon passzív jövedelemhez ugyanis csak a „gazdagok” juthattak. Az, hogy ha valaki megvásárol egy lakást, és kiadja bérbe, rendszeres jövedelmet hoz neki, amiért már nem kell újra és újra megdolgoznia. Ha valaki megvásárol egy jól működő céget, akkor a cég profitja a tulajdonost gazdagítja tovább, amiért már a tulajdonos nem dolgozik meg újra és újra. Ez a passzív jövedelem. Az itt említetteknel még hatékonyabb passzív jövedelemlehetőséget biztosítottak az ezután kialakult többszintű hálózatok.

A többszintű értékesítési rendszerben kialakul egy olyan helyzet, amikor a munkatárs már akkor is jelentős havi jövedelemhez jut, amikor nem csinál semmit. Ez egy PASSZÍV JÖVEDELEM. A network marketing rendszerek tették tehát először lehetővé, hogy olyanok is jelentős passzív jövedelemhez jussanak, akik nem rendelkeznek befektethető pénzeszközökkel. Az osztályzat: **5-ös**.

3. Tapasztalat, tanulhatóság

Ennél a szempontnál külön kell választanunk a network marketing „1”-et és „2”-t. A másolhatóság – és ennél fogva a tanulhatóság – minden network marketing üzlet egyik alapeleme. A jelen tanulmány keretében azonban az internetes pénzkeresésre vonatkozó tapasztalatot és tanulhatóságot vizsgáljuk. Ezért azokban a network marketing üzletekben, ahol az a fő hangsúlyt nem az internetes piacépítésre teszik, jellemzően nem is értenek az internetmarketinghez, vagy éppen ellenzik azt (erre számos példa van Magyarországon is, még most is).

Ennek megfelelően a régi network marketingnek legfeljebb **2-est** tudunk adni. Az internetmarketing tanulhatóságára egyetlen kritikám lehet csak: lévén ez egy majdnem teljesen írásbeli műfaj, meg kell tanulni írni: honlapot szövegezni, hatásos e-maileket fogalmazni. Ez nem mindenkinek könnyű, ezért a tanulhatóságnak nem tudom megadni a maximális pontszámot, csak a **4-est**.

4. Termékfejlesztés, állandó megújulás

Szerencsére ez ismét egy olyan dolog, ami nem a munkatársak felelőssége, mert a network marketing cég – ha lábon akar maradni – mindenképpen a lehető legkomolyabban foglalkozik a termékfejlesztéssel, az új termékek bevezetésével. Az osztályzat: **5-ös**.

Kíváncsi arra, hogy egy network marketing üzlet kiépítése mennyi mindenben könnyebb, mint egy saját ötleten alapuló vállalkozás? Álljanak itt a legfontosabb különbségek:

- A legkiválóbb termékeket és szolgáltatásokat ajánlhatjuk
- Jól jövedelmező karrierterveket tesznek alánk
- Nagyszerű emberekkel dolgozhatunk
- A termékfejlesztés nem a mi felelősségünk
- A kiszállítás nem a mi felelősségünk
- Az ügyfélszolgálat és az alkalmazottak felügyelete nem a mi felelősségünk
- A raktárkészlet biztosítása és a beszállítók felügyelete nem a mi felelősségünk

Nem titkolom a véleményemet: a network marketing nagyszerű lehetőségeket rejt, különösen, ha ezt valaki az interneten szeretné művelni. Akkor is így tartom, ha én – egyelőre – az internetmarketing tudásomat és tapasztalatomat leginkább a saját vállalkozásomban kamatoztatom.

5. Egyediség: kitérni a többiek közül

Kitűnik-e egy network marketing cég a hagyományos kereskedelmi cégek közül? Vagy a szintén network marketing versenytársai közül? Szinte mindig különleges ajánlataik vannak! Vagy az általuk forgalmazott termékek egyediek, vagy azok minősége kimagasló, vagy az áraik sokkal olcsóbbak, mint amennyiért hasonló termékekhez a hagyományos kereskedelemben hozzájuthatunk, vagy a széles áruválasztékra helyezik a hangsúlyt. A Kedves Olvasó láthatja, hogy mindig van egy, de néha több ilyen versenyelőnyük is. Ezért szinte bármelyik sikeres network marketing céget választjuk is, biztosan találunk benne annyi versenyelőnyt, hogy erre a szempontra megkaphatja a **4-est vagy 5-öst**.

6. A piac telítetlensége

Ahogy egyszer már hivatkoztam erre, a network marketing piac messze nem telített jelenleg. Sőt, óriási tartalékok vannak benne. Csupán az a módszer, ahogyan a legtöbben terjeszteni kívánják, az ellenállás miatt telítettséget sugall. Ha az értékesítés és hálózatépítés hangsúlyát áthelyezzük az internetre, a telítettség érzete eltűnik, és valódi karrierlehetőségek nyílnak meg mindenki számára. Ezért ennek a szempontnak kétféle osztályzatot tudunk adni: network marketing „1”: **2-es**; network marketing „2”: **5-ös**.

7. Alacsony kockázat

Kockázata minden újonnan indított vállalkozásnak van. A network marketing üzletek kockázata azonban tényleg rendkívül alacsony. Jellemzően egy-egy induló termékcsomagot kell az üzletépítés megkezdéséhez megvásárolni, ha azonban a munkatársnak megtetszett az az adott cég, akkor valószínűleg el tudja használni ezeket a termékeket, így az ilyen irányú befektetése majdnem nulla. Legfeljebb az „fáj”, hogy egyszerre kell az induló csomagért kifizetnie (például) 20-50 ezer forintot.

Természetesen valódi befektetésre is szükség van a sikerhez, mint például honlapra, hirdetésekre, stb. A kockázat még így is az induló vállalkozások között a legalacsonyabb.

Lévén a kockázatba az is beleszámít, hogy milyen a siker valószínűsége, a hagyományos és az internetes network marketinget legalább egy ponttal meg kell különböztetnünk, így **4-est** és **5-öst** adhatunk nekik a kockázat szempontjára.

8. Függetlenség

A network marketing cégek viszonylagos szabadságot adnak a partnereiknek abban, hogy hogyan építsék az üzletüket. Mindenki követheti a neki szimpatikus utat. Jó példa erre az, hogy azok a cégek, melyek nem preferálják az internetes üzletépítést, azért nem tiltják meg azt. Ha valaki mégis így épít karriert, ugyan nem bátorítják, de nem is lehetetlenítik el.

Az üzlet jellege azonban valahol mégiscsak a függőségről szól, a mások által kialakított termékeket, a mások által kialakított játékszabályok szerint kell értékesíteni. Így mindent összevetve sem adhatunk a függetlenségre **3-asnál** jobb osztályzatot.

9. Kész honlap

A network marketing „1”-et rövidebbre is zárhatjuk egy **1-es** osztályzattal, mert nem az interneten képzelet el az üzletépítést.

A network marketing „2” központi magja a honlap. A különböző népszerűsítési módszerek mind végül a honlaphoz vezetnek az érdeklődőket. Egy megfelelő, célratörő, azaz eredményeket hozó honlap elkészítése azonban nem könnyű. Mindenki sokkal jobban jár, ha a szponzorvonalon egy vezető elkészíteti ezt a honlapot olyan módon, hogy a csoportjához tartozó mindegyik munkatárs saját nevével használni tudja azt:

1. A honlap grafikai terve, a szöveges tartalom (cikkek, termékismertető, kapuoldal tartalma) lehet közös mindenkinek.
2. A honlapnak legyenek egyedi részei, ahová mindegyik munkatárs feltöltheti a saját fotóját, a saját elérhetőségét, a saját felhívását, a saját referenciáit, stb. Így mindegyik honlap valamennyire egyedivé válik, még akkor is, ha közös keretet használnak.
3. Sok network marketing üzlet rendelkezik központi webáruházal, ahol az új érdeklődők termékeket vásárolhatnak és/vagy regisztrálhatnak tagként. Mindkét esetben fontos, hogy amikor egy látogató a honlapról átjut erre a központi áruházba, „vigye magával” az ajánló kódját, azonosítóját. Így a rendszer tudni fogja, hogy az adott vásárlás vagy feliratkozás kihez tartozik. A honlapnak tehát nemcsak a partner látható adatait kell megfelelően kezelnie (név, telefonszám, email-cím stb.), hanem a partner azonosítóját is.
4. Meg kell oldani azt, hogy ezt a közös alapokon nyugvó, mégis egyedi honlapot mindenki saját domain nevével érje el. Minden munkatárs kiválaszthasson egy saját domaint, és az ő adataival, az ő fényképével feltöltött honlap ezen keresztül legyen elérhető. Az egyik munkatárs mondjuk, azt választja, hogy www.keressel-sok-penzet-az-interneten.hu (csak példa), míg a másik azt, hogy www.egy-jo-uzleti-lehetoseg.com. Ha a honlaprendszer ezt lehetővé teszi, akkor innentől kezdve a munkatársak a sajátjukként reklámozhatják a

honlapjukat, hiszen semmi sem utal arra, hogy ez az adott honlap „részese lenne valamilyen rendszernek”.

Ha az újonnan belépő partnereknek – valamilyen térítésért vagy ingyen – egy ilyen, professzionálisan elkészített honlapot a kezükbe adunk, mint munkaeszközt, akkor némi oktatás után azonnal elkezdhetik a saját internetes vállalkozásuk építését. Ebben az esetben a kész honlap szempontjára **5-ös** értékelést adhatunk.

Összefoglalás

Összegezzük most a network marketing vállalkozások sikermutatóit!

A siker alappillérei	Saját ötleten alapuló vállalkozás	Partnerprogramok	Network marketing	
			„1”	„2”
1. Ismétlődő bevétel	3	2	5	
2. Időigény, passzív jöv.	1	2	5	
3. Tanulhatóság	1	2	2	4
4. Állandó megújulás	4	5	5	
5. Egyediség	3	1	4	
6. Telítetlen piac	3	3	2	5
7. Alacsony kockázat	1	4	4	5
8. Függetlenség	5	2	3	
9. Kész honlap	1	4	1	5
Összes pontszám	22	25	31	41

Elérkeztünk az egész tanulmány csúcspontjához, ahol össze tudjuk vetni az internetes pénzkereset különböző formáinak a hatékonyságát, viszonylag objektív tényezők összesítése alapján.

Láthatjuk, hogy a saját ötleten alapuló vállalkozások az önállóságban teljesítenek a legjobban. Ha valakinek fontos a függetlenség, jó ötletei vannak, van már vállalkozási tapasztalata, önállóan ki tudja tanulni az internetmarketinget, és van kockáztatható tőkéje, akkor válassza az önálló vállalkozást! Huh, ugye jó nagy ez a „muszáj bevállalni” lista az önálló vállalkozáshoz. Ezért is van, hogy viszonylag kevesen sikeresek, mert teljesen magukra vannak utalva. Ha Ön most gondolkodik vállalkozás indításában, tényleg óvatosságra intem! Ez az internetes pénzkereseti forma az elérhető 45 pontból csak kevesebb, mint a felét hozta. Persze, ha bejön, akkor nagyon bejön! HA...

Partnerprogramokból megélni: ezt jelenleg csak azoknak ajánlom, akik Magyarországon kívül (is) szeretnének ezzel foglalkozni. Itthon a befektetendő munka viszonylag sok a realizált haszonhoz képest.

A hagyományos network marketing („1”) az interneten is jó esélyekkel kecsegtet, ha valaki rendelkezik a szükséges internetmarketing ismeretekkel, és nem sajnálja a pénzt és fáradságot egy valóban működő honlap kialakításához. Még jobb persze, ha eleve olyan network marketing céghez, vagy egy network marketing cégen belül egy olyan csoporthoz csatlakozik, amelyik az új, internetes módszerekkel építi az üzletét („2”). Láthatjuk, hogy egy ilyen vállalkozás a maximálisan elérhető 45 pontból 41-et megkapott.

Ha tehát Önnek még nincs network marketing elkötelezettsége, vagy váltani szeretne egy olyan lehetőségre, amelyik az internetes pénzkeresést helyezi előtérbe, úgy érdemes feliratkoznia a következő webcímen:

www.internetespenzkereset.hu

Itt amellet, hogy ennek a tanulmánynak a legfrissebb változatát töltheti le, tájékozódhat a network marketing „2” alapú lehetőségekről. Itt nem fogja megtalálni az összes network marketing cég

ajánlatát, csak azokat (egyet vagy néhányat), melyek internetmarketing stratégiájának a kialakításában aktívan részt vettem, és amikről így bizton állíthatom, hogy a network marketing „2” alapján építik az üzletüket.


Ne késlekedjen! Az internetes pénzkeresés most éli robbanásszerű terjedését. Minden egyes nap sok százan (vagy több ezren?) néznek körül az interneten, pénzkereseti lehetőségek után kutatva – ne hagyja, hogy ők mások üzletét építsék. Ha egyszer ki akarja próbálni a network marketing „2”-t, akkor inkább próbálja ki most! A kockázat kicsi, halogatni nem érdemes. Kattintson a fenti linkre, adja meg adatait, és vizsgálja meg a kapott ajánlatot!

Ha már elkötelezte magát egy network marketing hálózat mellett, és szeretné a meglévő üzletét kibővíteni az internetes stratégiákkal, könnyen másolható honlaprendszert kiépíteni, új technológiákat használni, úgy azt javaslom, hogy keressen meg engem egy személyes konzultáció erejéig:

www.silihost.hu/konzultacio.html

Mit reklámoz ez a tanulmány?

Én egy egyenes ember vagyok. Hadd tegyem egyértelművé, mit reklámoz ez a tanulmány!

 Ha Ön hagyományos vállalkozást épít

Ha saját, hagyományos vállalkozásához szeretné az internetmarketing lehetőségeit jobban kihasználni, akkor Önnek az internetmarketing stratégiája megtervezésében és kivitelezésében tudunk segíteni. A részvételünk terjedhet az egyszerű tanácsadástól a részletes megvalósításig. Első lépésként mindenképpen a konzultációt javaslom:

www.silihost.hu/konzultacio.html

 Ha Ön már vezetői szinten van valamelyik network marketing üzletben

Cégünk, a Silihost Kft. eddig is számos különböző network marketing vezetőnek segített kialakítani az interneten alapuló üzletépítését. Nagy tapasztalatra tettünk szert ebben, és vannak kész megoldásaink, melyeket viszonylag gyorsan hadrendbe tudunk állítani. Ezek a megoldások cégfüggetlenek: az eddigi megrendelőink mind másik hálózathoz tartoztak, de nincs kizárva az sem, hogy azonos cégen belül más-más vezetőknek is dolgozzunk. Ha tehát Ön a saját meglévő network marketing üzletét szeretné internetes alapokra helyezni, keressen meg személyesen engem, Bak Jánost.

www.silihost.hu

 Ha Ön most szeretné gyorsan, hatékonyan felépíteni network marketing üzletét

Évek munkájával, konzultációk és egyedi megbízások során az internetes üzletépítés különböző szintjeire jutottunk el az egyes network marketing hálózatokban. Ez azt jelenti, hogy a magyarországi network marketing cégekben van már néhány olyan vezető, néhány olyan szponzor, akik magukévá tették az internetmarketing szellemiségét, és olyan módszereket és eszközöket fejlesztettek ki, melyek kifejezetten az interneten történő üzletépítést szolgálják. A maguk javára és a munkatársaik javára.

Ha Ön egy ilyen csoporthoz csatlakozik, akkor dinamikus, eredményesen építheti fel a saját üzletét. A következő honlapon talál egy (vagy legfeljebb néhány) olyan ajánlatot, ami kifejezetten a network marketing „2”-re épül. Ne feledje, hogy ha jók a termékek, amikre a hálózat épül, ha jó a karrierterv, akkor az interneten nagyon jó eséllyel tudja Ön is sikerre vinni ezt a vállalkozását. Az itt bemutatott termékeket és üzletépítési modellt jó szívvel ajánlom, mert közelről ismerem őket, sőt, a termékek jó részét magam is elégedettséggel használom:

www.internetespenzkereset.hu

Kinek adja tovább ezt a tanulmányt?

- Adja tovább ezt a tanulmányt olyan vállalkozó ismerősének, aki szeretne az interneten keresztül jobb üzleti eredményeket elérni.
- Adja tovább olyan ismerősének, aki már elért eredményeket egy network marketing üzletben. Biztosan hasznára válik a kitekintés az internetmarketing világába.
- Végül, adja tovább az olyan ismerőseinek, akikről úgy gondolja, szeretnének pénzt keresni az interneten, de még nem tudják pontosan, hogy hogyan.

Ezt a tanulmányt változatlan formában tetszőlegesen, korlátozás nélkül terjesztheti, csatolhatja más termékekhez, de önállóan pénzért nem értékesítheti. A tanulmány tartalmából részeket nem emelhet ki, és azokat semmilyen más módon nem használhatja fel.

Természetesen, ha csatlakozik egy network marketing „2”-es csoporthoz, akkor számíthat rá, hogy akár ezen a tanulmányon, vagy más e-könyveken az Ön honlapcíme fog szerepelni, amikor azt az Ön honlapjáról töltik le...

Sok sikert kívánok az internetes pénzkereséséhez,

Bak János

06-20-333-4444

e-mail: bakjanos kukac silihost.hu (a @ behelyettesítendő)