

Feiten en Fabels over Netwerkmarketing

Netwerkmarketing is een distributiemethode zonder traditionele reclame en vaste verkooppunten zoals winkels. De voordelen daarvan heeft u kunnen lezen in het rapport *Netwerkmarketing voor Professionals*. Het nadeel is echter dat veel mensen daardoor nog onbekend zijn met het concept, de bedrijven en hun producten. Er worden ons elke dag vele vragen gesteld waarvan we hier de meestgestelde vragen met u willen bespreken. We willen daarbij zo objectief mogelijk zijn. Vergeleken met andere bronnen kunnen wij daarvoor soms verrassende antwoorden geven.

Inleiding

Netwerkmarketing is een vorm van directe verkoop (Direct Sales). Toch zijn er duidelijke verschillen aan te wijzen tussen directe verkoop en netwerkmarketing. Zoals de naam al aangeeft ligt bij directe verkoop de nadruk op de verkoop van producten. Niet iedereen kan zomaar verkoper worden. Daar gaat vaak een selectie en opleiding aan vooraf. Bij netwerkmarketing ligt de nadruk op het bouwen van een netwerk op basis van het gebruik van producten. In principe kan iedereen die dat wil hieraan meedoen omdat er geen echte selectie plaatsvindt. Netwerkmarketing zorgt voor ongeveer de helft van de omzet van directe verkoop.

Andere namen die worden gebruikt voor netwerkmarketing zijn Multi-Level Marketing (MLM), Team Marketing, Referral Marketing en Affiliate Marketing.

Wereldwijd zijn de bedrijven voor directe verkoop verenigd in de WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations, www.wfdsa.org). In Europa kennen we de FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations, www.fedsa.be) en voor Nederland is er de Vereniging Directe Verkoop (www.directeverkoop.nl). Deze instellingen houden zich voornamelijk bezig met regelgeving, met educatie en communicatie, met consumenten bescherming en met de ethiek van deze

Dr.ir. N.W.A. (Norbert) Arends

is geboren in 1964, afgestudeerd en gepromoveerd in Eindhoven aan de faculteit Werktuigbouwkunde. Hij heeft geruime tijd in het bedrijfsleven gewerkt in diverse consultancy functies, is oprichter van INAScon, een adviesbureau gespecialiseerd in managementtechnieken, en is daarnaast werkzaam als trainer/coach in Netwerkmarketing.

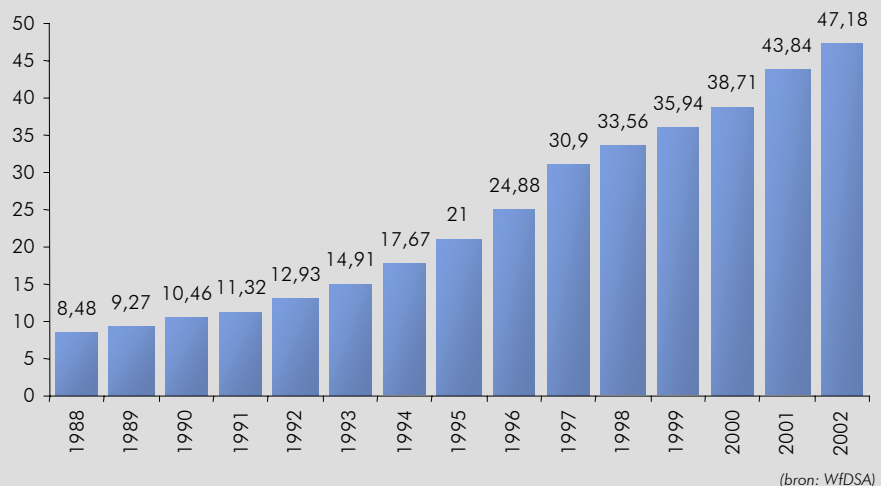
bedrijf. Met klachten over bedrijven kunt u dan ook bij deze instellingen terecht.

Geschiedenis

Niemand weet precies wanneer netwerkmarketing is begonnen omdat het gedurende een aantal jaren is ontstaan.

Succes trekt aandacht, zo ook van mensen die snel rijk willen worden. Er werd misbruik gemaakt van het principe van MLM en zo ontstonden piramide spelen. Het ironische is nu dat veel MLM bedrijven als piramides worden gezien terwijl zij juist de eersten waren die tegen dit misbruik actie ondernamen. Met name Amway heeft ervoor

HET AANTAL DISTRIBUTEURS NEEMT ELK JAAR TOE



Het aantal miljoenen distributeurs dat wereldwijd werkzaam is in directe verkoop en netwerkmarketing.

Nutriline wordt erkend als het eerste echte MLM bedrijf. Zij zijn daarnaast ook de oprichters van de voedingssupplementenindustrie in de jaren 1920. Vandaar dat MLM en voeding nog altijd met elkaar verbonden zijn.

In 1949 zijn Rich DeVos en Jay VanAndel (beide van Nederlandse afkomst) begonnen als distributeurs van Nutrilite. Door problemen met de levering van voldoende producten voor hun netwerk besloten zij zelf producten te gaan maken en die in hun netwerk te verkopen. Zo is Amway ontstaan in 1959. Binnen tien jaar kochten zij Nutrilite op en Amway is nog steeds het grootste MLM bedrijf ter wereld.

gezorgd dat er wetgeving is gekomen om piramide spelen uit te bannen. Het probleem is echter dat een piramide spel niet echt een bepaald systeem is maar meer een kwestie is van mentaliteit. Het is dus moeilijk om een scherpe grens aan te geven. We komen daar later nog op terug.

De MLM bedrijf. Het heeft zich sinds de jaren 1960 ontwikkeld tot een volwassen bedrijf. Het heeft met ruim 1500 bedrijven die zijn aangesloten bij de WFDSA. De totale wereldwijde omzet van meer dan €85 miljard wordt door 47 miljoen distributeurs gerealiseerd. De pioniersfase is duidelijk voorbij en de waardering voor MLM neemt de laatste jaren

dan ook enorm toe, en terecht, want het is op dit moment de meest succesvolle bedrijfstak ter wereld.

Toekomst

De verwachtingen voor MLM zijn bijzonder goed. In landen als Amerika is nu al meer dan 60% van de mensen op een of andere manier betrokken bij MLM, als klant of als distributeur. Het concept geniet daar grote bekendheid. In Nederland is dat nog niet zo. Slechts 1% van de bevolking is zelf direct met MLM in aanraking gekomen, veelal als klant. In Nederland werd in 2002 door ruim 36.000 distributeurs voor 12 MLM bedrijven een omzet gemaakt van €109 miljoen. In Duitsland zijn dat al meer dan 200.000 distributeurs, goed voor €1,8 miljard omzet! Cijfers uit Amerika en Azië geven aan dat uiteindelijk zo'n 5 tot 10% van de bevolking actief zal zijn met MLM. In Nederland zitten we op dit moment pas rond 0,25%. Er is dus meer dan voldoende ruimte om nog te groeien.

Legaliteit en Ethiek

Eerder hebben we gezien in de ontstaansgeschiedenis van netwerkmarketing dat er misbruik van het concept is gemaakt middels piramideachtige constructies. Hierdoor wordt onze branche nog steeds hiermee geassocieerd, onterecht. Het verschil is duidelijk. Het doel van netwerkmarketing is om producten bij eindgebruikers te krijgen, het doel van piramides is om snel rijk te worden. Uw inkomen uit netwerkmarketing krijgt u omdat u helpt met het distribueren van de producten, en dat kan op verschillende manieren zoals u in ons voorgaande rapport heeft kunnen lezen. De basisregel is heel simpel:

Geen Omzet = Geen Beloning.

Er zijn een aantal signalen waar u op kunt letten om te voorkomen dat u bij een piramideachtig bedrijf terecht komt.

Een bonus op het inschrijven van nieuwe mensen is geen omzet. Ook het verkopen van trainingen, promotiematerialen of andere artikelen of diensten, anders dan de producten van de fabrikant is ook geen omzet. Het verdienen aan dergelijke activiteiten is dan ook bedenkelijk.

Bedrijven kunnen soms heel creatief zijn in het vinden van wegen om deze regel en ook de wettelijke bepalingen te omzeilen. Zo kunt u bijvoorbeeld een (fic-

tieve) opstartbonus creëren door iemand die wil beginnen een grote hoeveelheid producten te laten aanschaffen. Dat is omzet en daar krijgt over betaald. De wet beperkt echter dergelijke aankopen en verlangt dat een investering binnen redelijke tijd aan de eindgebruikers moet kunnen worden afgezet. Sommige bedrijven laten toe, of stimuleren zelfs, om deze hoge voorraden door te verkopen aan nieuwe deelnemers om zo snel weer van de voorraad af te komen. Echter, de vraag is of het product op deze manier bij een echte eindgebruiker terecht komt.

Elk zuiver netwerkmarketingbedrijf geeft onvoorwaardelijke garantie op haar producten: niet tevreden, geld terug. Deze garantie is wettelijk bepaald om de consument te beschermen.

Wees tenslotte alert op verplichtingen. U bent als distributeur een vrije ondernemer en verplichtingen beperken uw vrijheid in het ondernemerschap. Dat is geen goed signaal!

Het mag duidelijk zijn dat er een grijs gebied bestaat tussen zuivere netwerkmarketingbedrijven en piramideconstructies. De lokale wetgever trekt ergens een grens tussen wat als legaal of illegaal wordt beschouwd. Laat ethiek uw leidraad zijn bij de keuze voor een netwerkmarketingbedrijf. En zolang u de basisregel "geen omzet = geen beloning" niet uit het oog verliest maakt u altijd de juiste keuze. Bepaal zelf de grens, niet zozeer op legaliteit maar meer op ethiek, op uw gevoel.

Marktverzadiging

"Raakt de markt verzadigd?"
"Ben ik te laat om nog mee te doen?"

Allereerst moet u zich realiseren dat netwerkmarketing een vorm is van marketing en dat het juist de bedoeling is van een goed marketingbeleid om een zo groot mogelijk marktaandeel te verwerven. Het is overigens nog geen enkel bedrijf of product gelukt om een markt te verzadigen. Bovendien is kartelvorming verboden en wordt dit bewaakt door internationale wetgeving. Microsoft heeft met Windows een aardige poging ondernomen maar het is Bill Gates ook nog steeds niet gelukt om elke PC op de wereld op Windows te laten werken. Overigens heeft Microsoft wel problemen ondervonden met de dominante positie van Windows waardoor Europese commissies zich nu buigen over deze zaak.

De kans dat een markt zal verzadigen is dus nihil. Een markt kan wel stabiliseren, wat betekent dat na een groeifase er een fase van stabiliteit optreedt. We komen dan in een zogenaamde vervangingsmarkt, zoals bijvoorbeeld bij televisies het geval is. Dat wil overigens niet zeggen dat deze markt niet kan groeien. Integendeel, er worden de laatste jaren steeds meer TV's verkocht. Elke markt zal op den duur stabiliseren voor een bepaald product en voor een bepaalde doelgroep. Het is dus zaak, in een stabiliteitsfase, op zoek te gaan naar nieuwe doelgroepen (nieuwe markten), nieuwe producten of om aan productvernieuwing te werken.

Als u op zoek gaat naar een netwerkmarketingbedrijf, let dan op de volgende zaken als het gaat om stabilisatie:

- Maakt het bedrijf een product voor een groeiemarkt?
- Heeft het bedrijf geografische groeimogelijkheden?
- Doet het bedrijf voldoende aan productvernieuwing of uitbreiding?

Een bedrijf kan ook te ver gaan bij het uitbreiden van haar productenpakket. Er lijkt dan meer sprake van productverwildering. Sommige netwerkmarketingbedrijven verkopen werkelijk alles. Hoewel deze bedrijven zelf anders zullen beweren, levert dat op lange termijn voor u geen duurzaam inkomen op. Omdat het haast onmogelijk is om het hele pakket zelf te produceren met de hoge kwaliteit die in deze branche noodzakelijk is, zijn dergelijke bedrijven vaak een verkoopkanaal voor een andere fabrikant, een derde partij. En dat brengt voor u een risico met zich mee zoals u ook heeft kunnen lezen in ons rapport *Netwerkmarketing voor Professionals*.

Beloften

Wat mag u geloven van de beloften die netwerkmarketingbedrijven aan u maken?

"Onze producten verkopen zichzelf."
"U kunt bij ons onbepaald geld verdienen."
"Wij zullen u helpen uw organisatie op te bouwen."
"U hoeft alleen maar..."
"Iedereen kan het, ook u."

Is het echt zo eenvoudig als ze u willen doen geloven? Een veel gemaakte opmerking is dat alleen de top echt rijk wordt. Om eerlijk te zijn, dat is ook zo. Het is niet iedereen gegeven om veel te verdienen of zelfs miljonair te worden, ook niet in netwerkmarketing. Aan de andere kant, er wordt ook niemand uitgesloten bij netwerkmarketing. En daarom is het een mogelijkheid voor iedereen. Iedereen krijgt de mogelijkheid, maar niet iedereen zal ook echt hierin slagen. U heeft bepaalde eigenschappen nodig om succesvol te worden. Eigenschappen als doorzettings-

vermogen, visie, integriteit, empathie, goed kunnen coachen en communiceren, etc. Eigenschappen die ook nodig zijn om buiten netwerkmarketing succesvol te worden. Netwerkmarketing is overigens wel een uitstekende leer-schouwer om deze eigenschappen verder te ontwikkelen waardoor uw kansen weer aanmerkelijk toenemen.

Ongeveer vijf procent van de netwerkmarketeers behoort tot de top. Deze mensen ontvangen een meer dan bovengemiddeld inkomen uit hun netwerkmarketing business. Eerder hebben

we al gezien dat gemiddeld vijf procent van de bevolking interesse heeft om met netwerkmarketing te werken. Dat betekent dat slechts vijf procent van vijf procent, oftewel één op de vierhonderd mensen de top in een netwerkmarketingorganisatie zal bereiken. Dat lijkt op het eerste gezicht misschien niet zo veel, maar met zestien miljoen Nederlanders zijn dat toch nog 40.000 mensen! De subtop omvat ongeveer vijftien procent van de netwerkers. Deze categorie verdient enkele duizenden euro's per maand waarbij een deel dit ziet als hun hoofdkomen en een ander deel het

COMPENSATIEPLANNEN: WAT ZIJN DE VERSCHILLEN EN OVEREENKOMSTEN?

In de veelheid aan compensatieplannen kunnen we vier basismodellen onderscheiden. We zullen ze hier kort alle vier bespreken.

Stairstep – Breakaway plan

Eigenlijk is dit een combinatie van twee plannen: het stairstep-plan en het breakaway-plan. Stairstep is een plan waarin elke distributeur kan groeien en elke keer een trede hoger klimt. Bij elke hogere trede hoort een hogere omzetbonus. Belangrijk om te weten is of u terug kunt vallen naar een lagere trede.

U krijgt een percentage over de omzet die u zelf creëert, de omzetbonus, en een percentage over de omzet van de distributeurs die u sponsort. Deze over-ride bonus is het verschil tussen uw persoonlijke omzet bonus en de omzetbonus van degene die u sponsort. Om deze bonussen te ontvangen moet u zich kwalificeren, bijvoorbeeld door een minimale omzet te realiseren. Let erop dat deze eisen realistisch zijn in verhouding tot de bonus die kunt ontvangen. Verder is het belangrijk om te zien waar het geld blijft dat niet wordt uitbetaald omdat iemand zijn kwalificatie niet haalt. Vloeit dit terug naar het bedrijf of wordt dit geld aan anderen verdeeld in de upline?

Breakaway wil zeggen dat een leider, als hij de hoogste trede heeft bereikt, zich los kan breken van uw organisatie en zelfstandig verder kan gaan. U krijgt dan (voor de rest van uw leven) een breakaway-bonus, in de vorm van royalty's, over de omzet van deze leider en zijn hele team.

Matrix plan

Een matrix compensatieplan beperkt iemand in de grootte van zijn organisati-

tie. Een 3 x 4-matrix bijvoorbeeld geeft aan dat u (en elke andere distributeur) maximaal drie distributeurs in uw frontline mag sponsoren en dat u vier levels diep betaald krijgt over uw team. Uw frontline bevat dus maximaal drie personen, uw tweede level maximaal 9 (3x3), uw derde level 27 personen (9x3) en uw vierde level 81. Uw organisatie kan dus maximaal uit 121 personen (1+3+9+27+81) personen bestaan. In een 5 x 7-matrix kunt u zelf 5 frontline mensen sponsoren en krijgt u zeven levels diep betaald. Als uw frontline 'vol' zit kunt u dus alleen nog mensen inschrijven in uw tweede of volgende levels. Zo 'helpt' u uw downline opbouwen. Het nadeel hiervan is dat mensen lui kunnen worden en rustig afwachten tot uw frontline vol is zodat u mensen bij hen in de organisatie moet gaan plaatsen. Ook ontstaat er veel onduidelijkheid over wie nu werkelijk wie sponsort omdat u soms in uw vierde level mensen direct sponsort. Dit plan komt niet zoveel voor, mede vanwege de genoemde nadelen.

Uni-level plan

Deze naam is eigenlijk misleidend omdat in de praktijk er niet over één level (uni-level) wordt betaald maar over een vast aantal levels, bijvoorbeeld vijf of negen. In de basis is het een Matrixplan waarbij het aantal frontline distributeurs oneindig is, bijvoorbeeld een ∞ x 5-matrix of een ∞ x 9-matrix. Als u met een uni-level systeem wilt werken is het belangrijk om te letten op de balans in de percentages op de verschillende levels. Als de hoge percentages op de eerste paar levels worden uitgekeerd kan iemand snel winst maken door slechts een beperkt aantal mensen direct te sponsoren. Het nadeel daarvan is dat het inkomen niet evenredig snel

toeneemt als de organisatie dieper groeit omdat dan de percentages kleiner worden. Andersom, bij hoge percentages op de diepere levels, zal iemand pas echt geld gaan verdienen als zijn organisatie voldoende levels diep is geworden. Zeker bij zeven of negen levels kan dat lang duren.

Binary plan

U kunt dit systeem beschouwen als een $2 \times \infty$ -matrix plan. Dat betekent dat u twee mensen direct sponsort, die op hun beurt ook weer twee mensen sponsoren, etc. Een Binary plan heeft een drietal unieke eigenschappen. Allereerst sponsort u geen mensen maar posities of 'income centers' ter waarde van een vast bedrag, bijvoorbeeld €500. Als iemand in uw frontline meer omzet realiseert dan dit bedrag, bijvoorbeeld €1500, dan neemt deze distributeur drie posities in uw downline in. Als gevolg hiervan ontstaat een tweede uniek kenmerk: u kunt zelf weer in uw downline worden opgenomen. Tenslotte, het derde kenmerk, is dat u slechts betaald krijgt over het gelijke volume in uw beide downlines. Dat betekent dat als u één lijn heeft met een omzet van €1000 en een tweede lijn met €1500 omzet, dat u betaald krijgt over $2 \times €1000$. Het is dus zaak om beide lijnen in balans te brengen. Meestal vloeit de bonus die u misloopt, in ons voorbeeld over €500 omzet, terug naar het bedrijf en die worden op deze manier erg rijk.

Het is moeilijk te zeggen welk plan het beste is. Dat hangt af van de invulling door het netwerkmarketingbedrijf maar zeker ook van u, van uw doelen en uw wensen. Aan de andere kant, als een bedrijf al geruime tijd bestaat mag u ervan uitgaan dat het plan goed is en werkbaar is.

ziet als aanvulling op hun hoofdinkomen.

Wat u precies kunt verdienen hangt voor een groot gedeelte af van het compensatieplan van het bedrijf. Daar komen we later nog op terug. Verder is het natuurlijk afhankelijk van het team wat u heeft opgebouwd. Als indicatie zullen we eens een berekening maken van de potentie van netwerkmarketing. Dit voorbeeld wordt regelmatig gebruikt door diverse netwerkmarketingbedrijven en ook in de literatuur komt het veel voor.

Een Rekenvoorbeeld

Stel dat u vijf mensen kunt vinden die, net als u, een extra inkomen willen opbouwen met netwerkmarketing. Daar mag u zo lang over doen als u zelf wilt, bijvoorbeeld elke maand één of vijf personen gedurende een jaar. Deze vijf mensen gaan net als u op zoek naar vijf mensen die ook een extra inkomen willen opbouwen. Er ontstaat op deze manier een organisatie van $1+5+25+125+625=781$ mensen. Op basis van een verbruiksproduct realiseert elke distributeur een omzet van gemiddeld €750 per maand. Dat kan door eigen gebruik, door directe verkoop, en door mensen die zelf inkopen tegen groothandelprijzen. Per maand levert dat een omzet van ongeveer €600.000. De gemiddelde bonus over deze omzet bij nagenoeg elk netwerkmarketingbedrijf zal zo rond de vijf procent bedragen. Dat levert een inkomen op van €30.000 per maand.

Hoewel dit rekenvoorbeeld veel wordt gebruikt blijft het natuurlijk een theoretisch verhaal. Hoe reëel is dit voorbeeld eigenlijk? Is een inkomen van €30.000 per maand op basis van een omzet van €750 per maand wel haalbaar en hoe dan? U moet zich voorstellen dat u actief op zoek gaat naar vijf mensen. In die zoektocht komt u veel meer mensen tegen die niet allemaal dezelfde ambitie hebben als uzelf. Deze mensen kunnen desondanks wel interesse hebben in het product of in de inkomsten maar dan als aanvulling of bijverdienste. Ongeveer één op de twintig mensen die u benadert zal een topper zijn. Dat betekent dat als u vijf toppers heeft gevonden (bijvoorbeeld gedurende één jaar), dat u dan een team heeft opgebouwd van honderd mensen. Een deel daarvan is klant, een deel koopt zelf tegen inkoopsprijs, een deel bouwt actief zelf een klein team als bijverdienste en slechts vijf mensen gaan ook serieus op zoek naar vijf mensen die, net als u, de

ambitie hebben om een volwaardig inkomen op te bouwen. Denkt u dat het mogelijk is om met honderd mensen een omzet van €750 per maand te realiseren? En als u dat kan, dan kunnen de toppers in uw organisatie dat toch ook.

We hebben al eerder aangegeven dat het tijd kost om een team op te bouwen en te begeleiden naar succes. Als u voor het opbouwen van elke generatie uit bovenstaand voorbeeld (5, 25, 125 en 625) één jaar uittrekt, dan heeft u binnen vijf jaar een passief inkomen van €30.000 per maand. Als het tegenzit bereikt u misschien slechts de helft hiervan, €15.000 per maand, of als het heel erg tegenzit wellicht daar weer de helft van. Dan heeft u toch nog een inkomen, passief, van €7.500 per maand.

Compensatieplannen

Er zijn zoveel compensatieplannen als er netwerkmarketingbedrijven zijn. Hoewel er slechts vier basissystemen zijn is het toch lastig om ze met elkaar te vergelijken. Bovendien is het afhankelijk van uw eigen doelen en ambities welk plan en dus bedrijf het beste bij u past. We zullen nu kort aangeven waar u op kunt letten bij de keuze voor een bepaald bedrijf en daarmee voor een bepaald plan. Het plan is bedoeld om distributeurs als u en ik te belonen voor onze inspanningen en het is daarom van belang om te weten hoeveel van de omzet daadwerkelijk wordt uitbetaald aan het netwerk.

Met het weglaten van reclame en winkels besparen we ongeveer zeventig procent van de verkoopprijs. Deze besparing wordt verdeeld over de distributeurs door het compensatieplan. Zo'n plan beschrijft de percentages die u kunt ontvangen over omzet die u direct of met uw organisatie realiseert. Naast allerlei aanvullende incentives bestaat de verdeling grofweg uit drie delen: de inkoopkorting, de omzetbonus en de royalty's. U zult bij elk bedrijf een inkoopkorting krijgen op aanschaf van producten voor eigen gebruik of verkoop. Deze hoort ongeveer 25% te zijn. Overigens moet u bij het vergelijken van percentages in de compensatieplannen van de diverse bedrijven wel opletten of deze worden berekend over de inkoop- of over de verkoopprijs van de producten. Vaak worden hoge percentages beloofd maar worden ze berekend over de inkoopprijs en niet over de verkoopprijs. En dat maakt een

groot verschil voor uw inkomsten!

Posities

Nagenoeg elk bedrijf kent ook zogenaamde posities die u kunt bereiken door uzelf daarvoor te kwalificeren. Elke hogere positie levert aanvullende voordelen op zoals hogere inkoopkorting en hogere bonussen. De posities worden vaak aangeduid met termen als Silver of Gold Distributor, Supervisor, Director of Manager. Voor iemand die niet bekend is met netwerkmarketing lijken de kwalificaties vaak onbereikbaar. Kijk hiernaar met een zakelijke insteek. Beschouw uzelf als kleine winkel en probeer in te schatten of kwalificaties dan haalbaar zijn. U hoeft het immers ook niet alleen te doen maar samen met uw hele team. Verder is het belangrijk om te weten of u terug kunt vallen naar lagere posities, wat natuurlijk niet wenselijk is, want daarmee verliest u eerder verdiende voordelen. Tenslotte is het bedenkelijk (zie ook het stukje over piramides) als u zich in kunt kopen op een hoge positie door in één keer veel producten te kopen. Nog bedenkelijker is het als u wordt gestimuleerd om veel te investeren om direct een hoge positie te behalen. Het doel van netwerkmarketing is immers om producten bij de eindgebruikers te krijgen, niet in uw persoonlijke magazijn!

Verplichtingen

In veel compensatieplannen moet u zich ook kwalificeren om uw bonus te ontvangen. Dat houdt bijvoorbeeld in dat u, voor eigen gebruik, producten afneemt of op een andere manier zorgt voor een minimale omzet per maand. Bepaal voor uzelf of deze kwalificaties reëel zijn en in verhouding staan tot de bonus die u kunt ontvangen. Let wel: het mes snijdt hier aan twee kanten. Deze kwalificatie geldt niet alleen voor u maar ook voor iedereen in uw organisatie die bonus wil ontvangen. De kwalificaties zorgen dus ook voor stabiliteit in uw inkomen.

Wat gebeurt er als iemand zich niet kwalificeert voor ontvangst van zijn bonus? Er zijn twee mogelijkheden. Deze bonus, de zogenaamde spill-over, vloeit terug naar het bedrijf. Of de spill-over wordt betaald aan de upline. Een eerlijk plan zal altijd zoveel mogelijk uitbetalen aan de distributeurs. Bij voorkeur wordt de spill-over uitbetaald aan de upline distributeurs.

Hoe meer hoe beter!

U krijgt betaald over uw downline,

mensen op lagere levels in uw organisatie. Hoe meer levels, hoe beter, of niet? Er bestaan nogal wat verschillen in het aantal levels waarover u betaald krijgt. Sommige bedrijven betalen drie levels diep, andere betalen tot wel negen levels diep of zelfs nog meer! Maar is het juist dat het beter is om over zoveel mogelijk levels betaald te krijgen? Het compensatieplan is bedoeld om de zeventig procent besparing, of het grootste deel daarvan, eerlijk te verdelen aan degene die de omzet hebben gerealiseerd. Stel dat het bedrijf u tien procent bonus betaalt over vijf levels, waarbij de percentages als volgt zijn verdeeld: 1%, 1%, 1%, 2%, 5%. U krijgt dus vijf procent bonus over de omzet van uw vijfde level. Dat is mooi, denkt u, want dat zijn meer mensen dan in mijn eerste level! Echter, u moet er wel eerst voor zorgen dat u vijf levels heeft, anders mist u een groot deel van uw bonus!

Royalty's

Elk plan kent wel een vorm van Royalty's. Dat houdt in dat uw bonus betaald wordt op een soortgelijke manier als royalty's uit de auteurswet. Deze royalty-rechten zijn bovendien overerfbaar op uw nabestaanden. Gemiddeld liggen de percentages van royalty's zo rond vijf procent. Zeker als u streeft naar een

passief inkomen zijn de royalty's van groot belang.

Producten

Uiteindelijk gaat het toch om de producten. Zij zijn belangrijk, zonet het belangrijkste, omdat ze de basis vormen van het bedrijf en dus voor uw inkomen. Vaak wordt gezegd dat producten veel te duur zijn vergeleken met andere producten in de winkels. Veel van de producten die via netwerkmarketing of directe verkoop op de markt komen zijn van veel hogere kwaliteit en zijn meestal ook niet in de winkel verkrijgbaar. Dit is het logische gevolg van de keuze van de fabrikant om netwerkmarketing als verkoopkanaal te kiezen en niet het traditionele systeem met reclame en winkels. Een bedrijf wat beide kanalen zou benutten zou met winkels een concurrent creëren voor het netwerk, waardoor het voor ons als distributeurs minder aantrekkelijk zou worden.

Het vergelijken van producten is dus erg moeilijk. Bepaal voor uzelf, door het product uitgebreid zelf te proberen, of u de verkoopprijs zou willen betalen, ook als u er niets mee zou verdienen. Elk respectabel netwerkmarketingbedrijf biedt een uitprobeergarantie. Als het

product u niet bevalt krijgt u uw geld terug.

Andere Vragen

We hebben hier een aantal van de meestgestelde vragen met u doorgenomen. Maar u heeft wellicht nog vragen die niet aan de orde zijn geweest of u wilt nog meer weten. In ons rapport Netwerkmarketing voor Professionals hebben we al kort aangegeven dat de meeste bedrijven voorlichtingsavonden houden waar u kennis kunt maken met het bedrijf, de producten, het concept en de mensen die zijn aangesloten en er mee werken. Als u serieus overweegt om met netwerkmarketing te starten, bezoek dan deze voorlichtingsavonden en proef de sfeer, laat uw vragen beantwoorden en probeer de producten.

Wat uw beeld van netwerkmarketing ook is, realiseer u dat het wezenlijk afwijkt van het traditionele bedrijfsleven. Probeer daarom open te staan voor een andere manier van werken, een andere manier om de balans tussen werk en privé-leven in te richten en een andere manier om lifestyle van de rest uw leven te bepalen.

■