

Е. А. Шиш, Е. С. Зинович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА НА ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Сетевой маркетинг (многоуровневый маркетинг; англ. *multilevel marketing, MLM*) — концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых сбытовых агентов, каждый из которых помимо сбыта продукции обладает правом на привлечение партнеров, имеющих аналогичные права.

Среди лидеров сетевого маркетинга, направленного на производство и продажу средств по уходу за кожей, парфюмерии, декоративной косметики, продукции здорового питания и аксессуаров, хорошо известны в странах СНГ такие компании, как Amway (с оборотом 8,4 млрд дол. США), Herbalife (4,9 млрд дол. США), Avon (4,7 млрд дол. США), Oriflame (1,47 млрд дол. США) и др. В классическом варианте MLM — это способ реализации товаров и услуг через сеть торговых агентов. Помимо сбыта продукции каждый из них может привлекать людей и создавать собственные структуры партнеров с аналогичными правами. Доход каждого агента состоит из комиссионных за личные и групповой товарооборот, а также дополнительных бонусов за продуктивность.

Рассмотрим компанию Oriflame. Одна из ее основных проблем — увеличение объемов продаж, своей доли на рынке, а также производство продукции на территории Российской Федерации с целью уменьшения затрат на транспортировку. Можно также выделить такие проблемы, как негативное отношение общества к сетевому маркетингу и недостача продукции на складе. Пути решения:

1. Введение страхового запаса продукции и увеличение количества цехов, что позволит компании справиться с проблемой недостачи продукции.

2. Отказ от доставки товаров курьером и доставки с помощью почтамтов, что поможет избежать затрат на транспортировку. Существуют альтернативы: самовывоз из магазина или со склада, постаматы, организация пунктов выдачи, полная загрузка транспорта для перевозки продукции; подключение к приложению Яндекс Go. Приложение Яндекс Go — мобильное приложение компании «Яндекс», связанное с транспортировкой и доставкой. Заказывая доставку через приложение, можно заметно сэкономить. Это дешевле, чем нанимать обычных курьеров или покупать и обслуживать свой транспорт.

3. Правильное построение рекламы поспособствует уменьшению количества времени, необходимого агентам на поиск клиентов. Реклама сама будет их привлекать. Возможно, так удастся изменить отношение общества к сетевому маркетингу.