

- نوشته های کم رنگ در داخل پراوتر صرفا برای توضیح بیشتر توسط مترجم نوشته شده است .

## نکات کلیدی بدست آمده از ۱۵ سال تحقیق ، بر روی بیش از ۳۵۰ برنامه بازاریابی چند سطحی (MLM)

نویسنده : جان تیلور Jon .M. Taylor ,MBA , ph.D

MLM تمام این موارد را دربر می گیرد : بازاریابی چند سطحی multi level marketing ، بازاریابی شبکه ای network marketing ، فروش هرمی pyramid selling ، فروش زنجیره ای chain selling ، ... )

### بازاریابی چند سطحی به عنوان مدلی از کسب و کار در قیاس با فروش مستقیم قانونی :

#### (MLM as a business model vs. legitimate direct selling)

۱. در شرکتهای MLM بیشتر کمیسیونها برای فروختن به کسانی که محصولات را به منظور مشارکت در کسب و کار خریداری می کنند ، پرداخت می شود . این افراد به عنوان مشتریان اصلی MLM محسوب می شوند . ( برنامه های پرداختی MLM به کسانی پاداش می دهد ( که به عنوان توزیع کنندگان و نمایندگان شرکت محسوب می شوند ) که افرادی را برای مشارکت در کسب و کار به صورت زنجیر مدور استخدام کنند این اراد برای مشارکت باید محصولاتی را بخرند .) در واقع فروشندگان همان خریداران هستند و خریداران نیز همان فروشندگان می باشند - خرید و فروشها تنها در بین خودشان و خانواده هایشان صورت می گیرد - مقدار کمی از فروشها در عموم جامعه و در توده ی مردم انجام می گیرد .
۲. تنها راهی که شخص بتواند در یک برنامه جبران و پاداش MLM در سطوح بالا برود این است که تعداد زیادی از افراد را در زیر خودش استخدام کند ( تعداد زیادی نیروی جدید به سیستم وارد کند ) . آنها مانند آنچه در یک شرکت با قاعده و منظم وجود دارد ، در جایگاه های سطح فروش بالا گماشته نمی شوند ، اما در عوض باید برای رسیدن به آن جایگاهها افراد را استخدام کنند . تمرکز بیشتر و حداکثری کمیسیونها و پاداشهای پرداخت شده اصولا برای مشارکت کنندگانی است که در سطوح بالا قرار دارند این امر برای این است که افراد را برای کار کردن خستگی ناپذیر به منظور نگهداری و گسترش دادن پایین سری هایشان ، و در نتیجه تامین کردن بقا و رشد شرکت MLM برنگیزانند .
۳. در یک شرکت که دارای فروش مستقیم یا دارای حق استفاده از یک اسم تجاریست ( franchise ) به این امر توجه می شود که تعداد نماینده های فروش بکار رفته در یک ناحیه ی مشخص را محدود کنند تا بتوانند از قلمرو و ناحیه ی شخص فروشنده حمایت های لازم را به عمل بیاورند . در مقابل ، برنامه ی قدردانی و و پاداش MLM ، بازاری نامحدود را برای خود فرض می کند که وجود خارجی ندارد . آنها همچنین یک علامت تجاری را در بازار جدید فرض می کنند که به مدت طولانی در هیچ جایی یافت نمی شود . بازارها ، به سرعت با برنامه های MLM پر و اشباع می شوند و شرکتهای MLM برای بقا و ماندن باید بازارهایی در کشور های دیگر ایجاد کنند و یا شروع به تقسیم کردن محصولات جدید به منظور ادامه دادن استخدام مدور مشارکت کنندگان کنند
۴. در عملیات فروش مستقیم سنتی بیشتر کمیسیونها و حق العملهایی که شرکت پرداخت می کند به شخصی که عمل فروش را انجام می دهد تعلق می گیرد و کمیسیون ها و حق العمل های کمتری به مدیران فروش که در بالای آنها قرار دارند تعلق می گیرد . در مقابل ، شرکتهای MLM بیشتر کمیسیونها یشان را به کسانی می پردازند که در بالای هرمی از شرکت کنندگانی که فروش کوچکی را انجام داده اند قرار دارند یا در نزدیک این هرم هستند ( بیشتر کمیسیونها به افراد بالای هرم تعلق می گیرد ) و نه به

کسانی که در خط مقدم فروش هستند - یعنی کسانی که باید به آنها برای فروش محصولات به مشتریان واقعی پاداش داده شود -. این امر پاداشهای ناکافی و کمی را برای فروختن محصولات ایجاد می کند در عوض پاداشهای بیش از اندازه و زیادی را برای استخدام کردن زنجیره ای از توزیع کنندگان جدید ایجاد می کند . این امور و همچنین قیمت بیش از حد گران محصولات دلیل این است که چرا مقدار فروش به توده ی مردم (و نه در بین خود و خانواده) کم و کوچک است .

۵. MLM ها (شرکت های دارای بازاریابی چندسطحی) عموماً بیشتر از آنچه که مورد نیاز است دارای سطوح مدیران فروش می باشند. هر شرکت قانونی، می تواند کسب و کار فروش را در داخل یک کشور، با ۴ سطح فروش اداره کند - برای مثال سطح شعبه branch، بخش division، ناحیه region و سطح مدیران فروش ملی. بیشتر، تنها کسانی که در بالا هستند از هزینه ها و مخارج کسانی که در سطوح پایین هستند، ثروتمند و توانگر می شوند. (کسانی که در سطوح پایین هستند محصولاتی را می خرند. اما به اندازه ی کافی کمیسیون برست نمی آورند تا هزینه ی آنها پوشش داده شود - هزینه هایی مانند: محصولاتی که آنها مجبورند بخرند تا برای دریافت کمیسیونها واجد شرایط شوند و ... - بنابراین خریدهای آنها فقط کسانی را که در سطوح بالا هستند ثروتمند می سازد.) دارای سطوح بیشتری از مدیران فروش نسبت به آنچه که مورد نیاز است می باشند (بیش از نیاز دارای سطوح مدیریت فروش می باشند).

۶. به دلیل زنجیر مدور بودن استخدام (که در طرحهای بازاریابی شبکه ای وجود دارد)، که بر گستره ای نامحدود تاکید می کند - حتی اگر این طرح در بازاری محدود باشد -، بدین جهت MLM اساساً معیوب و فریبکاری است و تقریباً برای تمام شرکت کنندگان بدون سود می باشد. MLM تنها برای کسانی که در نزدیک یا بالای هرم در جایی که موسسین و کسانی که شرکت را اداره می کنند قرار دارند سود بخش می باشد. شرکت بازاریابی چند سطحی در واقع طرحی است برای انتقال پول از دری چرخان را از استخدام شدگان جدید برای همین تعداد افراد کمی که در بالا قرار دارند (در واقع این طرحها برای این است که پولها را از کسانی تازه وارد این طرحها شده اند برای همین تعداد کمی از افرادی که در بالا قرار دارند دریافت کرده و سپس آنها از این چرخان خارج شده و دوباره عده ای دیگر از این در چرخان وارد می شوند دقیقاً مانند در چرخان فروشگاهها و ساختمانهای عمومی بزرگ که عده ی زیادی وارد و و خارج می شوند). و بسیاری از شرکتهای MLM از برنامه های قدردانی پیچیده ای به منظور مخفی کردن و پوشاندن و افزایش دادن این فرایند انتقال پول استفاده می کنند مانند برنامه های شکاف و جداسازی breakaway plans. برای اطلاعات بیشتر در مورد MLM و برنامه های پرداخت آنها متن کامل 5 red flags (۵ علامت خطر) را از سایت [www.mlm-thetruth.com](http://www.mlm-thetruth.com) مطالعه کنید.

## کالاهای و خدمات MLM:

۷. شرکتهای MLM نیاز به قیمت گذاری بالا برای محصولات و خدمات خود می باشند تا بتوانند به به پایین سربهای توزیع کنندگان که حجم وسیعی از شرکت کنندگان را در بر می گیرند پاداش دهند (و بیشتر پاداشها و پورسانتها به کسانی تعلق می گیرد که در بالا یا نزدیک به راس هرم هستند). بنابراین محصولات MLM - که اغلب داروها و محصولات طبی مخصوص شست و شو می باشند - معمولاً خیلی منحصر به فرد می باشند و همچنین مقایسه کردن آنها با محصولات مشابه در فروشگاههای خرده فروشی دیگر دشوار می باشد علاوه بر این ادعاهای اغراق آمیزی برای توجیه کردن قیمت های بالا برای این محصولات می شود.

۸. هدیه های MLM محصولات و خدماتی هستند که باید مرتباً به منظور سفارشات تکرار شده استفاده شود. شرکت کنندگان MLM باید الزاماً حداقل خریدهایی را انجام دهند تا برای بدست آوردن کمیسیون های فروش و منبع پیشرفت درآمد برای شرکت، واجد شرایط و صلاحیت شوند. این خریدها که بوسیله شرکت کنندگان و خانواده ی آنها انجام می شود منبع اصلی درآمد برای شرکت

می باشد. شرکت کنندگان MLM اغلب به دلیل همین نیاز به حداقل خرید ماهانه، مقداری به مراتب زیادتر از حد مورد نیازشان خرید و ذخیره می کنند.

### نرخ های بالای ضرر و زیان و دیگر آسیب ها و صدمه هایی که شرکت کنندگان MLM به آن تن در می دهند

۹. اگر چه شرکت های MLM محصولات قانونی می فروشند. اما هنوز هم به عنوان طرحهای هرمی، ساختار بندی شده اند. از میان همه ی طرحهای هرمی که مطالعه کرده ام، شرکت های MLM، با هر مقیاس و شاخصی که در نظر بگیریم - مانند: نرخ زیان، زیان کل، تعداد قربانی ها، سرعت فرسایش و ... - از همه مضرتر هستند.

۱۰. هنگامی که شما پول پرداخت شده به شرکت های MLM به وسیله ی شرکت کنندگان را از پول دریافت شده از شرکت کم کنید، تقریباً همه ی شرکت کنندگان پول خود را از دست می دهند (یعنی میزان پرداختی ها به شرکت از میزان دریافتی ها بیشتر است)، خصوصاً اگر بخواهید خریدهایی برای واجد شرایط شدن به منظور دریافت کمیسیون و پیشرفت در طرح، و همچنین هزینه های عملیاتی را از آن کم کنید. (یعنی اگر این خریده ها و هزینه ها را کم کنید احتمال بیشتری وجود دارد که دریافتی ها از پرداختی ها کمتر باشد). در تجزیه و تحلیل بیش از ۳۰۰ برنامه بازاریابی چندسطحی، هر کجا که داده های مالی در دسترس بود، در یافتیم که از ۹۹ درصد تا ۹۹/۹ درصد شرکت کنندگان پول خود را از دست می دهند. بنابراین تقریباً همه شرکت کنندگان MLM، قربانی سیستمی فریبکارانه و کلاهبردانه می شوند.

۱۱. از یک طرح هرمی کلاسیک بدون محصول (منظور طرحهای هرمی هستند که در آن هیچ محصولی فروخته نمی شود) یا از قمار کردن در یک بازی کرپس craps یا roulette (از وسایل بازی در قمار هستند) احتمال بیشتری وجود دارد که فرد سود بدست آورد، تا اینکه بخواهد به یک برنامه بازاریابی چندسطحی MLM بپیوندد.

برای اطلاعات بیشتر "۵ علامت خطر" 5 red flags را مطالعه کنید. برای بررسی و مرور تعدادی از تحقیقات که نشاندهنده ی نرخ های بالای ضرر و زیان شرکت کنندگان MLM می باشد به تحقیق و آمارها و و گزارشات اشاره شده در سایت رجوع کنید که این موارد را در برمی گیرد: بررسی تامین کنندگان مالیات survey of tax preparers، آمارهای تکان دهنده shocking statistics، مقایسه کردن MLM با قمار و طرحهای هرمی کلاسیک

### comparing MLM with gambling and with classic pyramid schemes

۱۲. در MLM به استثنای کسانی که در بالا قرار دارند - هر چه بیشتر سرمایه گذاری کنی، بیشتر ضرر خواهی کرد. در حقیقت تقریباً هر نوع فرصت در آمدی که وجود دارد از پول در آوردن در MLM بهتر و برتر می باشد. برای خواندن صدها مثال این مطلب را به همراه لینکهای مربوط به آن مطالعه کنید: ۱۳۵۷ راه برای بدست آوردن پولی بیشتر نسبت به MLM

### 1357 ways to make more money than in MLM

۱۳. برخی از شرکت کنندگان چیزی بیشتر از پول، به خاطر مشارکشان از دست می دهند. ما اغلب در مورد ازدواجها و خانواده هایی می شنویم که منجر به جدایی در بین آنها شده است و یا کارتهای اعتباری که تا حد اکثر ممکن شارژ شده اند، ورشکستگی ها، دوستی های طولانی مدتی که نابود شده اند، گروههای مذهبی و دیگر گروههایی که تحت فشار بوده اند و یا از هم پاشیده و متلاشی شده اند. و حتی خود کشی ها، همه ی اینها به مشارکت در MLM مربوط می شود. در حقیقت شخصی که به یک MLM متعهد می شود احتمال بیشتری وجود دارد که حداقل به تعدادی از این نتایج مبتلا شود. به عبارت دیگر سرمایه گذاری بیشتر منجر به از دست دادن بیشتر می شود.

۱۴. تعاریف در مورد اینکه یک طرح هرمی غیر قانونی چیست مبهم مانده بود و بر روی رفتارهای شرکت کنندگان تمرکز یافته بود .  
بعد از چندین سال تجزیه و تحلیل و بازخورد ، قادر به این بودم که **۵ عنصر برنامه پرداختی** که موجب نرخ های به شدت بالای ضرر و زیان می شود را شناسایی کنم و به طور شفافی تمایز بین یک فرصت درآمدی قانونی با یک طرح هرمی مضر را برجسته و مشخص کنم .

۱۵. براساس همین ۵ عنصر برنامه ی پرداخت که در بالا مطرح شد ، فرد می تواند برنامه طرح پرداخت هر شرکت بازاریابی چند سطحی ( MLM ) به همراه نوشته ی ما تحت عنوان " ۵ گام که خودتان به تنهایی ارزیابی MLM را انجام دهید " "5 step do-it-yourself MLM evaluation" ( که در وب سایت ما وجود دارد ) آزمون کند تا تعیین کند که آیا ۹۹ درصد مشارکت کنندگان پول خود را از دست خواهند داد یا خیر ؟. بعد از مطالعه ی برنامه ها و طرحهای پرداخت بیش از ۳۵۰ شرکت MLM ، یافتیم که تقریباً همه ی آنها این ۵ عنصر را دارا می باشند .

۱۶. ۱۵ سال تحقیق مرا متقاعد کرد که یک MLM خوب به شدت کمیاب و نادر است . براساس این تحقیق ، تنها شرکتهای MLM که ممکن است قانونی باشند ، شرکتهایی هستند که فروش آنها به توده ی مردم از طریق نمایشات خانگی ( demonstrations ) می باشد ( که برنامه های مهمانی نیز نامیده می شود . زیرا ارائه ها و نمایشات خانگی آنها ( منظور معرفی کار و نشان دادن کاتالوگ ها در مهمانی هاست ) برای اشخاصی است که در برنامه های پرداختی شرکت نمی کنند . اما حتی در این برنامه های مهمانی نیز شما باید برنامه های پرداختی به آنها را مشاهده کنید تا ببینید که پاشهایی که برای فروش محصولات به توده ی مردم پرداخت می شود نسبت به استخدام کردن صرف افراد ، تا چه اندازه خوب است .

۱۷. MLM ها چیزهایی را قول می دهند که نمی توانند برآورده کنند. موفق بودن شرکت های MLM بستگی به تارهای پیچیده ای از فریبکاری هایی است که شامل خود فریبی نیز می شود . موارد زیر تنها مثالهای کمی از قولهای گمراه کننده و ادعاهایی است که بوسیله ی ترویج کننده های MLM مطرح می شود .

- MLM آزادی در رفتن به سر کار را پیشنهاد می کند. همچنین داشتن زمان بیشتر در کنار خانواده و انجام دادن فعالیتهای مختلف در اوقات بیکاری .
- هر شخصی دارای همان فرصتی است که موسسین و اولین اشخاصی که به شرکت پیوسته اند و کسانی که به پول دست یافتند دارا می باشند .
- شرکت کنندگان می توانند در خانه و به صورت پاره وقت یا حتی به طور فصلی کار کنند و درآمد اضافی کسب کنند .
- محصولات MLM بسیار برتر و باارزش تر از قیمت های گرانشان هستند و این محصولات بیش از حد گران می توانند به توده ی مردم با سود بسیار مطبوعی فروخته شوند .
- بیشتر شرکت کنندگان MLM فقط عضو می شوند تا محصولات را با تخفیف بگیرند بنابراین به عنوان شکست و عدم موفقیت محسوب نمی شوند .
- تایید ورزشکاران و قهرمانان به نام و مقاله هایی که در مطبوعات کسب و کاری وجود دارد و در فهرست وارد کردن و ثبت کردن آنها در بازار بورس یا هدایایی که دارای حمایت خوب و شایانی است ، برنامه ی MLM را یک فرصت در آمدی قانونی و بر حق می سازد .
- فقدان عملیات اجرای قانونی برخلاف شرکت MLM می تواند ضمانت کند که عمل قانونی برخلاف آن در آینده برداشته نخواهد شد .

۱۸. اگر اشتباه کاربهای زیادی که در مورد شرکت های MLM وجود دارد را حذف کنید و حقایق و واقعیاتی که در مورد آن وجود دارد افشا شود شرکت به سرعت با شکست روبرو می شود. به همین دلیل است که شرکت های MLM از فاش کردن درآمد متوسط، هزینه ی مشارکت، نرخ فرسایش خود و ... اجتناب می کنند. این امر همچنین دلیل مخالفت های (Direct DSA Selling Association) - انجمن فروش مستقیم - را به الزام کردن حتی یک صفحه افشا سازی اطلاعات مربوط توضیح می دهد که این افشاسازی اطلاعات در قانون فرصتهای کسب و کار کمیسیون تجارت فدرال (Federal Trade Commission) FTC مطرح شده است (که در مورد شماره ۲۰ در پایین می توانید مطالعه کنید). برای قیاس بین فریبکارها و واقعیتهایی که در مورد MLM وجود دارد این مطلب را بخوانید

"typical MLM misrepresentation" (اشتباه کاربهای معمول در مورد MLM)

۱۹. تقریباً همه ی استخدام شدگان در MLM پول خود را از دست می دهند و قربانی یک فریب می شوند. اگر چه از طریق استخدام شدگان نشان به آنها اموخته می شود که اگر آنها شکست بخورند، این اشتباه و خطا از جانب خودشان است. همچنین اگر آنها شکایتشان را نزد صاحبان امور و دولتمردان بررسی و پیگیری کنند، از افرادی که توسط آنها استخدام شده اند و همچنین افرادی که آنها را استخدام کرده اند (یعنی هم از استخدام کنندگان و هم از استخدام شوندگان خودشان) هراسان خواهند شد. - اغلب این افراد دوستان و نزدیکان خویشاوند هستند - به همین دلیل قربانی های MLM به ندرت برای شکایتهای خود، از طریق قانونی تشکیل پرونده می دهند و به این دلیل که در اجرای قانون، کسانی که شکایت می کنند هر چه صدای بلندتری داشته باشند توجه بیشتری به آنها می شود، بنابراین قربانی های ساکت معمولاً نادیده گرفته می شوند و خیلی کم پیش می آید که این عمل فریبنده و ناعادلانه متوقف شود و جلوی آن گرفته شود.

۲۰. اخیراً (Direct Selling Association) DSA - انجمن فروش مستقیم، توسط صنعت MLM تسخیر شده است. DSA به عنوان یک اتحادیه برای ترغیب کردن و تاثیر گذاشتن بر گفتگوهای فریبکارانه توسط ترویج کنندگان MLM، در رسانه ها به منظور تبلیغ کردن و سخنرانی کردن برای توسعه و حمایت از MLM، عمل می کند. اتحادیه DSA/MLM از طریق ارائه ی صورت حساب های فریبنده در مجلس قوه ی مقننه ایالت متحده، موفق شده است که از شرکتهای MLM حمایت کند و از تحت تعقیب قرار گرفتن این شرکتهای به عنوان طرحهای هرمی در چندین ایالت آمریکا جلوگیری به عمل آورد. همچنین تلاش کرده است که در کنگره ی ایالت متحده ی آمریکا قانونی را برای حمایت از شرکت های MLM وضع کند، تا اینکه آنها تحت تعقیب قانونی قرار نگیرند. برای اطلاعات بیشتر در مورد DSA این مطلب را مطالعه کنید: "MLM - Network Marketing, Direct Selling, and the DSA."

۲۱. در سال ۲۰۰۶، FTC (Federal Trade Commission) - کمیسیون تجارت فدرال - قانون فرصت کسب و کار را پیشنهاد کرد این قانون فروشندگان فرصتهای کسب کاری مختلف را الزام کرد تا تمام اطلاعات مفید خود را (درآمد متوسط و ...) به منظور حمایت از مشتری در مورد فریبکارها افشا سازند. هر چند در سال ۲۰۰۸ اتحادیه ی DSA/MLM موفق شد که شرکتهای MLM را از این قانون پیشنهادی مستثنی کند، اگر این مشکلات به صورت نهایی برسد، احتمال این وجود دارد که همه فروشندگان فرصتهای کسب و کاری مختلف برنامه ی پرداختی خود را تغییر دهند و به صورت شرکتهای MLM در بیایند، این امر مشتریان را تقریباً بدون هیچ حمایتی در مقابل شاید بتوان گفت بدترین نوع شیوه های فریبنده و ناعادلانه تنها خواهد گذاشت. برای اطلاعات بیشتر در مورد اینکه چه قوانینی اکنون در حال اجرا شدن و یا (اجرا نشدن) به منظور متوقف کردن سوء استفاده های شرکت های MLM می باشد این مطالب را بخوانید:

”Law Enforcement, Regulations, and New Legislation Affecting MLM.“ (اجرای قانون، آیین نامه ها، و وضع قانون جدید موثر بر MLM) همچنین ”Key Legal Issues in MLM Cases.“ (بحث های قانونی کلیدی در مورد شرکتهای بازاریابی چند سطحی).

۲۲. MLM تنها فریبده و ناعادلانه و غیر سودده و بی ثمر برای اکثر شرکت کنندگان نیست بلکه آن به شدت دارای حالت ویروسی و یغماگری می باشد. درحالیکه بازارهای آمریکایی اشباع می شوند، شرکتهای MLM، جمعیت آسیب پذیر در کشورهای دیگر را استخدام می کنند و این یکی از بدترین نوع صادرات از کل خدمات و محصولات ایالت متحده ی آمریکا می باشد و باید در هر جایی که امکان دارد جلوی آن گرفته شود.

#### اطلاعات و سوالات بیشتر:

به سایت [www.mlm-thetruth.com](http://www.mlm-thetruth.com) برای سوالات عمومی در باره ی MLM (شرکتهای دارای بازاریابی چندسطحی) بروید و در آنجا صفحه ای را در سایت ما تحت عنوان:

”Frequently Asked Questions about MLM.“ (کسی که به سوالات عمومی در مورد MLM جواب می دهد) بیابید. اگر بعد از خواندن مقالاتی که در بالا در متن مطرح شد هنوز هم سوالاتی دارید می توانید از طریق صفحه ی تماس [contact](#) مستقیماً از اینجانب سوال کنید.