



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in Economia e Commercio

IL NETWORK MARKETING: UNA LEVA FINANZIARIA

Network Marketing: a financial leverage

Rapporto finale di

Riccardo Rango

Relatrice

Federica Pascucci

Anno Accademico 2019/2020

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
CAPITOLO 1 - IL NETWORK MARKETING È DAVVERO UN'ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE?.....	5
1.1 - La storia del network marketing.....	6
1.2 - Linea sottile tra legalità e illegalità.....	7
1.3 - Perché scegliere il network marketing per iniziare un'attività.....	10
imprenditoriale	
CAPITOLO 2 - NETWORK MARKETING ONLINE VS NETWORK MARKETING TRADIZIONALE.....	13
2.1 - I punti cardine del network marketing online.....	15
2.2 - Empowerment e ruolo del cliente.....	16
CAPITOLO 3 - CASI STUDIO.....	19
3.1 - Caso Amway: l'azienda.....	20
3.2 - Caso Amway: il piano compensi.....	22
3.3 - Caso Jeunesse: l'azienda.....	26
3.4 - Caso Jeunesse: il piano compensi.....	29
CONCLUSIONI.....	35
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	37

INTRODUZIONE

La pandemia, che ormai da quasi un anno ci tiene prigionieri, ha cambiato la vita di tutta la popolazione mondiale. Ci siamo trovati, dall'oggi al domani, a passare giornate intere chiusi in casa senza più la possibilità di andare a fare una passeggiata, di uscire con gli amici, di andare al ristorante, ma soprattutto di andare a lavorare. La nostra vita è come se si fosse fermata.

Di fronte a questa situazione molte persone si sono trovate a non ricevere più uno stipendio e ad arrivare con difficoltà a fine mese, ad abbassare le serrande di bar, ristoranti, hotel, ecc...

In una situazione simile, col passare del tempo, in tutti noi è aumentata la paura, l'angoscia, la tristezza, non vedendo la luce in fondo al tunnel e non sapendo quando tutto ciò sarebbe terminato.

Con il peggioramento della crisi sanitaria è cominciata a farsi strada anche la crisi economica che le istituzioni, nel nostro Paese, non sono riuscite a gestire, garantendo insufficienti sostegni al reddito di famiglie e imprese.

Molte persone, tra cui gli imprenditori, hanno quindi provato a trovare un rimedio, un'alternativa, un'attività che potesse dar loro un'entrata economica per far fronte alle difficoltà che stavano vivendo perché hanno capito che la loro attività, seppur redditizia, non era così sicura come credevano e che un business online poteva essere la soluzione migliore da affiancare al proprio lavoro.

In questo elaborato mi propongo di studiare il fenomeno del Network Marketing spiegando le sue origini e in che cosa consiste nella pratica questo business.

Andrò a spiegare che cos'è il network marketing, a sfatare le false credenze che le persone hanno a proposito di questo business, evidenziando che non si tratta di uno schema piramidale e quindi di un'attività illegale, e andrò a spiegare quali sono i vantaggi nell'intraprendere un'attività di network marketing rispetto ad altri

business.

Evidenzierò i vantaggi che si hanno nell'adottare un metodo online, per svolgere al meglio questa attività nel 2021, rispetto al metodo tradizionale e andrò a spiegare i punti cardine del network marketing online, collegando poi il discorso sull'azienda al ruolo che ha il cliente e in funzione del quale l'azienda progetta la produzione dei suoi prodotti.

Andrò, infine, ad analizzare due aziende di network marketing evidenziando le differenti strategie aziendali e il piano compensi.

CAPITOLO 1 - IL NETWORK MARKETING È DAVVERO UN'ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE?

Il network marketing o Multi-level marketing è una forma di vendita diretta dove solitamente i venditori vendono i prodotti direttamente ai consumatori oltre a incoraggiare e procacciare nuovi venditori in modo da venire ricompensati non solo per le vendite effettuate ma anche per quelle compiute da altri venditori da essi reclutati.

Con questo sistema infatti, si hanno tre possibilità di guadagno: con la distribuzione diretta ai nostri clienti, dei prodotti/servizi dell'azienda che applica il network marketing; con una percentuale sul fatturato dei collaboratori che abbiamo portato all'interno della rete; con eventuali bonus legati al nostro fatturato e a quello del nostro gruppo.

In Italia però questo fenomeno non gode della fama che meriterebbe, perché purtroppo è stato associato a eventi e a situazioni non sempre trasparenti, che hanno di fatto rovinato la reputazione di questo sistema.

Alcune aziende, infatti, sono partite con buoni propositi senza poi essere state in grado di mantenere le promesse fatte ai venditori. Esiste tuttavia un buon numero di aziende che usano questo modello con successo.

Se andassimo ad una riunione di una società che usa questo metodo ci renderemo subito conto che è un business nel quale si può guadagnare molto, entrando in contatto con ottimi prodotti e/o servizi.

1.1 - La storia del network marketing

La prima forma moderna di quello che oggi intendiamo per Network Marketing può essere attribuita alla creazione di Nutrilife¹, che garantiva una forma di ricompensa innovativa nei confronti dei suoi distributori: al raggiungimento di un fatturato di vendita pari a 15.000 \$, insieme alle loro reclute, i distributori avevano la possibilità di salire di grado e guadagnare di più tramite bonus aggiuntivi.

Ma la vera e propria forma di Multi-level marketing viene raggiunta solo alla fine della seconda guerra mondiale quando Nutrilife viene assorbita nel 1950 da Amway, acronimo di American Way, ad oggi la compagnia fondata sul Multi-level marketing di maggior successo e più fruttifera. L'azienda statunitense nasce ad Ada, in Michigan, dall'idea dei fondatori Jay Van Andel² e Rich DeVos³, che lanciarono sul mercato il loro primissimo prodotto solo nel 1959: un semplice detergente biodegradabile.

A partire dagli anni '90 del secolo scorso le strutture di Multi-level Marketing incontrano la loro esplosione economica, con un tasso di crescita delle suddette aziende sempre maggiore. Fenomeno che trova sempre maggior rilievo a livello internazionale, grazie anche all'espansione del mercato del benessere e della cura per il corpo, in cui il fenomeno ha avuto la massima estensione.

¹ Nutrilife è un'azienda di integratori alimentari, fondata nel 1941 da due neoimprenditori: Lee Mytinger e William Casselberry.

² Jay Van Andel è stato un uomo d'affari americano, noto soprattutto come co-fondatore di Amway, insieme a Richard DeVos. Ha anche lavorato come presidente della Camera di commercio degli Stati Uniti dal 1979 al 1980.

³ Richard Marvin DeVos Sr. è stato un imprenditore statunitense, co-fondatore di Amway insieme a Jay Van Andel ed è stato proprietario della squadra di basket NBA Orlando Magic dal 1991 sino alla sua morte (2018). Nel 2011, la rivista Forbes lo ha indicato come la 79° persona più ricca negli Stati Uniti, e la 254° persona più ricca del mondo, con un patrimonio netto stimato di USD \$ 5,4 miliardi.

1.2 - Linea sottile tra legalità e illegalità

Tutte le aziende di Network Marketing sono state soggette, in momenti diversi, a qualche forma di complicazione legale. Di fatto, le imprese di network marketing sono legali dal punto di vista giuridico, ma la loro somiglianza ad organizzazioni piramidali ha fatto sì che, almeno le più importanti, siano state sotto processo per l'utilizzo di tali sistemi.

I sistemi piramidali sono la “parte oscura” di questo settore, in quanto utilizzano metodologie ritenute illegittime e fraudolenti.

Le infinite piramidi e catene che sono state costruite in passato sono esempi lampanti di come questo tipo di business si possa affacciare all'illegalità. Già negli anni '90 gli schemi piramidali erano considerati le frodi numero uno su internet, dovuto anche al fatto che proprio in quegli anni le aziende di network marketing stavano raggiungendo il proprio apice in termini di crescita. Molte aziende che in passato hanno iniziato la loro carriera da normali e legali business di MLM sono sfociate nell'illegalità utilizzando schemi piramidali. Perciò le MLM diventano organizzazioni illegali e non etiche nel momento in cui adottano un sistema piramidale o una catena infinita. La promessa essenziale che le imprese utilizzano negli schemi piramidali è “un ritorno finanziario estremamente elevato associato al minimo sforzo”.

Le piramidi e le catene infinite usano un tipo di compenso e investimento diverso rispetto alle aziende di Network Marketing. Queste organizzazioni chiedono alle persone un investimento per ricevere solo la licenza per poter reclutare a loro volta altre persone. L'investitore paga per avere l'opportunità di ricevere un compenso dal reclutamento. Il prodotto è “l'opportunità di poter reclutare”. Questo tipo di attività non risulta etica per due ragioni principali: sia perché è un'attività fraudolenta e sia perché è un business incentrato esclusivamente sul

reclutamento, non sulla vendita del prodotto. Gli unici che effettivamente ci guadagnano sono coloro che hanno ideato la piramide o la catena, gli investitori al contrario hanno un ritorno minimo o non ricevono assolutamente nulla.

Entrambe le forme, lo schema piramidale e la endless chain, sono considerate frodi, in quanto entrambe coinvolgono un investimento e una falsa promessa di ritorno economico, che non potrà aver luogo data l'insostenibilità che si genera a seguito dell'introduzione di un numero sempre maggiore di persone all'interno dello schema. Uno degli esempi più famosi è lo schema Ponzi.

Charles Ponzi⁴ iniziò la sua truffa chiedendo a dieci suoi amici di investire una somma di 150\$, promettendo un ROI⁵ (Return on Investment) pari al 50% della somma investita, ovvero 75\$, nel giro di 90 giorni. In seguito si occupò di un secondo gruppo di investitori, di numero più grande rispetto al primo, promettendo le stesse opportunità di investimento. Con il denaro raccolto con il secondo gruppo, Ponzi fu in grado di restituire il denaro promesso ai primi 10 investitori. Entusiasti di tale opportunità, coloro che investirono per primi promossero tale schema, rendendo possibile la soddisfazione del secondo gruppo, che fece la stessa cosa.

Il fenomeno si diffuse sempre di più, dato anche il fatto che a quel punto il truffatore promise di pagare, oltre il 50% dell'investimento, un ulteriore 10% a quelle persone che riuscivano ad associare nuovi investitori. Il sistema divenne insostenibile dal momento in cui i primi reclutatori trovavano la loro garanzia dai

⁴ Charles Ponzi è nato a Rio de Janeiro, il 18 gennaio 1899, ed è stato un truffatore italiano. Registrato all'anagrafe con il nome di Carlo Pietro Giovanni Guglielmo Tebaldo Ponzi, tra i molti nomi che adottò per mettere in atto le sue operazioni ci sono Charles Ponci, Charles P. Bianchi, Carl e Carlo. Emigrato negli Stati Uniti, divenne uno dei più grandi affaristi truffatori della storia statunitense. Divenne famoso per aver utilizzato su larga scala una tecnica da lui stesso ideata. Le sue truffe ebbero una notevole risonanza sui mezzi d'informazione, che denominarono la tecnica da lui adottata «Schema Ponzi».

⁵ Il return on investment è un indice di bilancio che indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti utilizzate: esprime, cioè, quanto rende il capitale investito in quell'azienda.

flussi di cassa dei nuovi investitori, mentre gli ultimi ad entrare si trovarono intorno a terra bruciata, non sapendo più a che pubblico rivolgersi. In quel momento i flussi di cassa si interruppero, lasciando gli ultimi investitori frodati da tale schema.

1.3 - Perché scegliere il network marketing per iniziare un'attività imprenditoriale

“Probabilmente la vita che sto vivendo non mi soddisfa appieno e ho capito che in questo millennio grazie alla digitalizzazione ci sono migliaia di opportunità da poter cogliere ed uscire da quella routine del lavoro convenzionale che non è gratificante.” È questa, per la maggioranza delle persone, la motivazione che le spinge ad affacciarsi al mondo del network marketing.

Ma quali sono le persone che hanno maggior successo in questo mondo?

Sicuramente parliamo di dipendenti che non si accontentano della propria occupazione attuale: non siamo più in un'era dove il “posto fisso” è soddisfacente e soprattutto non dà più quella sicurezza che si percepiva una volta. Molti ex-dipendenti, infatti, hanno avviato la loro attività e hanno lasciato il loro lavoro tradizionale.

Rientrano tra queste persone anche gli imprenditori tradizionali: dopo tutto quello che è successo nella pandemia gli imprenditori hanno capito che la loro attività, seppur redditizia, non era così sicura come credevano e hanno capito che un business online poteva essere la soluzione migliore da affiancare alla propria attività.

Parliamo poi dei giovani in cerca di nuove opportunità: molti “nativi digitali” sanno che il sistema tradizionale non avrebbe permesso loro di avere una carriera nella vita lavorativa e hanno ritrovato nel business online la strada per poter raggiungere i propri desideri.

Infine parliamo anche di persone che sono state truffate: il mondo di internet purtroppo è pieno anche di “finte opportunità” e di truffe. Infatti sono numerose le persone che avevano iniziato dei “sistemi di guadagno” promossi dai famosi

“guru” e che alla fine si erano ritrovati in un sistema che non gli avrebbe mai permesso di ottenere dei risultati.

Quindi possiamo notare che non si deve essere già un imprenditore milionario per avere successo nel business online. La cosa più importante è aver voglia di fare e di imparare, due cose che chiunque potenzialmente ha.

Molte persone hanno dei dubbi riguardo al business online, poiché in molti ne parlano ma alla fine in pochi ci capiscono realmente qualcosa e hanno dei risultati di lunga durata.

Infatti molti formatori vendono corsi su vari sistemi di guadagno che all'apparenza sembrano la soluzione definitiva a tutti i problemi economici, ma la realtà dei fatti è che questi corsi servono solo per arricchire il loro portafoglio. Non voglio dire che tutti i formatori sono uguali, anche perché ci sono alcuni veramente validi che danno informazioni molto utili, ma la stragrande maggioranza non è competente e vuole solo vendere un corso.

Esistono molti modelli di business online per poter iniziare un'attività imprenditoriale: ma perché iniziare proprio con il network marketing? Tra i tanti modelli a cui facevo riferimento sopra i più noti sono sicuramente il dropshipping⁶, il self-publishing⁷, il trading⁸ e l'affiliate marketing⁹.

Non è vero che questi modelli in assoluto non vadano bene, ma tutti hanno delle grosse lacune da colmare, soprattutto se una persona parte da zero: chi per il budget iniziale, chi per il controllo, chi per il fatto che i prodotti non vengono recapitati e i clienti rimangono insoddisfatti.

⁶ Il dropshipping è un modello di vendita grazie al quale il venditore vende un prodotto ad un utente finale, senza possederlo materialmente nel proprio magazzino.

⁷ Il self-publishing è la pubblicazione di un libro da parte dell'autore, senza passare attraverso l'intermediazione di un editore.

⁸ Il trading è un'attività di acquisto e vendita dei diversi strumenti finanziari (azioni, opzioni, valute e futures) il cui valore è quotato durante le fasi di apertura delle borse mondiali.

⁹ L'affiliate marketing è un accordo commerciale nel settore del marketing online tra un advertiser (azienda che intende vendere un suo servizio o prodotto) e un affiliato (persona che promuove il servizio o prodotto dell'advertiser).

Sono tutte attività che permettono sicuramente di raggiungere risultati molto importanti, ma non hanno una prospettiva di lungo periodo.

Indipendentemente dal punto di partenza di ognuno di noi, l'obiettivo di un'attività imprenditoriale è vendere prodotti o servizi ad un mercato, in modo ripetuto, in modo da soddisfare un loro bisogno o desiderio in cambio di soldi, per poi alla fine generare un profitto. In modelli dove questa "equazione" viene meno e alcuni punti sono distorti è molto difficile puntare ad un vero business sostenibile.

Per questo motivo il miglior modello di business da poter sviluppare, oggi e per i prossimi decenni, che sia condivisibile con un team e che potesse essere strutturato sul lungo periodo e ovviamente sviluppabile al 100% online direttamente da casa con un PC e una connessione ad internet è il Network Marketing Online.

CAPITOLO 2 - NETWORK MARKETING ONLINE VS NETWORK MARKETING TRADIZIONALE

Nel mondo del Network Marketing tradizionale, non avendo un metodo online certificato, quello che viene insegnato è chiamare amici e parenti per provare i prodotti, organizzare delle serate di presentazione e andare porta a porta a vendere i prodotti: questo poteva andare bene nello scorso millennio, quando ancora internet e successivamente l'online marketing non esistevano.

È proprio a causa dell'adozione di questo metodo che il network marketing, soprattutto in Italia, ha maturato una cattiva reputazione perché, ovviamente, il motivo principale per cui la maggioranza delle persone è scettica nell'iniziare questo business è il timore di essere invadenti nell'effettuare chiamate a freddo e vendite prodotti porta a porta.

Ma allora perché questo metodo viene ancora utilizzato da alcune aziende di network marketing? Perché ciò che viene insegnato è che per la legge dei grandi numeri ci saranno sicuramente persone disposte ad acquistare quei prodotti o a cogliere l'opportunità e diventare collaboratori di quell'azienda.

Questo sicuramente è vantaggioso per la velocità attraverso cui si riuscirà a creare una rete di collaboratori e alle entrate che ci permetterà di generare. Tutto questo però, sarà vantaggioso nel breve periodo perché è altamente probabile che molte delle persone che fanno parte della nostra rete abbandonino l'attività dopo un anno, sei mesi o addirittura dopo tre mesi. Questo perché adottando il metodo tradizionale si punta più sulla quantità, cioè sul numero di persone che entrano a far parte della nostra rete, che sulla qualità, ovvero sulle persone che realmente hanno compreso la potenza di questo business e che sono disposte a portarlo avanti nel lungo periodo.

Quindi ciò che bisogna ricercare in un'azienda di network marketing è che questa dia la possibilità ai suoi distributori di creare un sistema perfettamente duplicabile all'interno del team che, grazie alle piattaforme digitali, permetta di attrarre ogni giorno decine di potenziali clienti e collaboratori.

Se si ha un sistema di marketing automatizzato in grado di portarci ogni giorno clienti interessati allora non serve più chiamare persone a caso a cui probabilmente del nostro prodotto non frega nulla. L'obiettivo, quindi, è porre le basi per un business solido e sostenibile per gli anni a venire.

2.1 - I punti cardine del network marketing online

“Sono convinto di iniziare questa attività online. Ma come posso iniziare e sviluppare al meglio questo business?” Questa è la domanda che molte persone decise di intraprendere il network marketing online si pongono prima di iniziare effettivamente quest’attività.

Sono tre gli elementi da tenere in considerazione : ambiente, metodo e azienda.

Un ambiente potenziante che premi la sfida, piuttosto che la sicurezza, un ambiente che premi i sogni e gli obiettivi. È fondamentale circondarsi di persone di successo, persone che hanno già ottenuto risultati, persone accomunate dalla stessa visione, con competenze diverse, persone che vogliono mettersi in gioco e darsi da fare, persone che nei momenti difficili siano capaci di supportare il team. È opportuno adottare un metodo di lavoro online che permetta di realizzare un ecosistema di vendita che lavori in modo congruente per veicolare un prodotto/servizio e un’opportunità.

Infine scegliere un’azienda di network marketing che sia presente sul mercato da almeno cinque anni, che sia stata “attaccata” da governi/istituzioni, che fatturi almeno 400 milioni di dollari (cifra indicativa), che non sia un’azienda italiana, ma un’azienda che abbia sede legale in Italia con uffici e strutture del territorio e soprattutto è opportuno scegliere un’azienda di prodotti di largo consumo e non di servizi.

I settori da prediligere che non hanno mai crisi sono infatti la salute, il benessere, la cosmetica e l’integrazione sportiva perché rispondono ai bisogni primari dell’essere umano.

2.2 - Empowerment e ruolo del cliente

Abbiamo detto che una delle due attività su cui si basa il network marketing consiste nel vendere i prodotti, dell'azienda per cui si è collaboratori, direttamente ai consumatori. Quindi è di fondamentale importanza per un'azienda di network marketing, come d'altronde per tutte le aziende, progettare la produzione di un prodotto con l'obiettivo di soddisfare un reale bisogno del cliente.

A proposito, Don Peppers¹⁰ e Martha Rogers¹¹ sostengono che “Il solo valore che la vostra impresa potrà mai creare deriva dai clienti, da quelli che avete oggi e da quelli che avrete in futuro. Un'impresa ha successo se sa procurarsi, mantenere e incrementare i propri clienti.”

I più recenti studi di marketing hanno proprio messo in evidenza come il ruolo del consumatore sia di fondamentale importanza per ogni azienda che voglia raggiungere il successo. Infatti Lafley¹², ex presidente di Procter & Gamble¹³ sosteneva che “Il potere è nelle mani del cliente e i marketing manager e i rivenditori devono fare di tutto per essere all'altezza. I clienti stanno veramente iniziando a prendere possesso delle nostre marche e a partecipare al processo creativo. Dobbiamo imparare ad accettarlo.”

La visione tradizionale del marketing poneva i clienti come attori secondari, centrando l'attenzione sulle persone che la componevano piuttosto che sulla

¹⁰ Don Peppers, nato nel 1950, è un'autorità in materia di esperienza del cliente, oratore e uomo d'affari americano e partner fondatore di Peppers & Rogers Group, una società di consulenza gestionale incentrata sul cliente.

¹¹ Martha Rogers, nata nel 1955, è un'autrice americana, stratega dei clienti e partner fondatore di Peppers & Rogers Group, una società di consulenza gestionale. La Rogers è professoressa a contratto presso la Fuqua School of Business della Duke University e co-direttrice del Duke Center for Customer Relationship Management.

¹² Alan George Lafley, nato nel 1947, è un dirigente d'azienda statunitense, ha guidato la Procter & Gamble dal 2000 al 2010 e di nuovo dal 2013 al 2015.

¹³ Il gruppo Procter & Gamble è una multinazionale americana di beni di largo consumo con sede a Cincinnati, Ohio (USA).

clientela. Ma quella moderna focalizza l'attenzione proprio sul soggetto, in quanto alcuni manager credono che il solo e unico centro di profitto sia proprio esso. In quanto tale, le imprese fanno dell'orientamento verso il cliente il perno della loro strategia e la fonte primaria del loro vantaggio competitivo.

Non a caso le aziende di Network Marketing concentrano tutta la loro attenzione nei confronti dei clienti, i quali, oltre a generare fatturato per le suddette, sono al contempo potenziali futuri distributori. Una volta generata fedeltà nei loro confronti, i consumatori sono spinti autonomamente a diventare membri dell'azienda.

Le organizzazioni di network marketing sono, cronologicamente parlando, nuove sul mercato, utilizzano le forme e le visioni più moderne di marketing e di business. Proprio per questo motivo sono anche spinte a ricercare nel pubblico dei consumatori quante maggiori risorse possibili. Ma qual è stata la forza che ha spinto il mercato alla creazione di questo fenomeno in particolare?

L'empowerment¹⁴ del cliente digitale e l'avanzamento nelle tecnologie digitali sta trasformando il marketing. I consumatori non accettano più il ruolo da recipienti passivi di comunicazioni di marketing, costringendo in tal modo le imprese ad interagire con i singoli individui velocemente, apertamente e continuamente. Sempre più imprese stanno utilizzando piattaforme di social media per connettersi con i clienti e creare spazi dove poter interagire con loro e poter iniziare a dialogarci.

L'empowerment del cliente ha mostrato che iniziative come la co-creazione e le brand communities emergono come strumenti che rafforzano la connessione tra brand e clienti e che possono essere usati con successo dalle imprese per iniziare dialoghi con i consumatori per svariati processi di marketing, dalla creazione di

¹⁴ Il termine empowerment indica un processo di crescita, sia dell'individuo sia del gruppo, basato sull'incremento della stima di sé, dell'autoefficacia e dell'autodeterminazione per far emergere risorse latenti e portare l'individuo ad appropriarsi consapevolmente del suo potenziale.

nuovi prodotti alla selezione di idee pubblicitarie. Le imprese più visionarie non solo interagiscono con i clienti, ma li potenziano, facendo in modo di poter recepire più informazioni possibili e migliorare la loro offerta e le loro performance.

CAPITOLO 3 - CASI STUDIO

Tra le diverse aziende di Network Marketing ho scelto di approfondire la ricerca sull'organizzazione più redditizia, Amway, e su una più emergente, come Jeunesse Global. In particolare tutte e due le aziende operano all'interno dell'industria del benessere e della cura per il corpo. Un settore che negli ultimi anni sta raggiungendo il proprio apice, registrando fatturati che vanno oltre il miliardo e attirando una platea sempre più ampia di clienti.

Negli ultimi venti anni si è assistito ad un fenomeno particolare: le persone danno sempre più importanza all'aspetto estetico e al benessere psicofisico. Non a caso il mercato del fitness, ad esempio, è esploso da venti anni a questa parte e sempre più persone si rivolgono al mangiare sano e in particolare al biologico.

Inoltre l'introduzione sul mercato di integratori alimentari e cosmetici di tutti i tipi hanno attirato una clientela non solo femminile, ma anche maschile.

Come è facile intuire, le due aziende in questione nascono proprio negli Stati Uniti, il paese con il maggior numero di sportivi e obesi nel mondo. Proprio per questo motivo hanno trovato il loro successo, insinuandosi in prima istanza nel mercato statunitense e poi nel resto del mondo.

Attraverso la mia esperienza diretta e consultando i siti internet delle suddette aziende ho voluto raccontare la loro storia e spiegare nel dettaglio i rispettivi piani compensi.

3.1 - Caso Amway: l'azienda

Per quanto riguarda la storia della più longeva azienda di network marketing dobbiamo innanzitutto dire che Jay Van Andel e Rich DeVos avviarono la loro attività negli anni '50, vendendo gli integratori alimentari Nutrilite¹⁵ porta a porta. Scoprirono che le persone e i rapporti umani sono alla base di un'azienda di successo. Creando un rapporto di fiducia con i loro clienti, le vendite di vitamine aumentarono.

Nel 1959 nasce il primo prodotto Amway per la pulizia della casa, un detergente multiuso che oggi prende il nome di Liquid Organic Cleaner. Negli anni '60 nasce il loro esclusivo modello d'impresa che permetteva ad altri di aderire ad Amway e di partecipare ai profitti di un'azienda in espansione: un modello basato su incentivi e riconoscimenti. Nel giro di pochi anni l'azienda contava più di 700 dipendenti, oltre 200 prodotti esclusivi e più di 100.000 distributori. Le vendite crescevano rapidamente, superando per la prima volta i 500.000 dollari.

Verso la metà degli anni '70 l'azienda si estese oltreoceano aprendo mercati in otto paesi e tre continenti: Amway venne lanciata in Australia nel 1971 e a ruota seguirono nel 1975 l'Europa, Hong Kong e la Malesia.

Negli anni '80 l'azienda raggiunse più di un miliardo di fatturato, aprì la strada a sistemi per il trattamento dell'acqua, ampliò la sua sede USA ad Ada, in Michigan, e costruì uno stabilimento cosmetici in cui i prodotti Artistry¹⁶ venivano sviluppati e prodotti.

Negli anni '90 la continua crescita e le vendite al dettaglio raggiunsero i 5 miliardi di dollari grazie anche al sostegno ulteriore che venne dato ai distributori

¹⁵ Nutrilite è un marchio di integratori alimentari che comprende una gamma completa di prodotti per il benessere.

¹⁶ Artistry è un marchio di prodotti per la cura della pelle e cosmetici, di proprietà di Amway con sede ad Ada, nel Michigan, e venduto tramite Amway Business Owners in oltre 50 paesi e territori in tutto il mondo.

con la creazione di siti di e-commerce che allargarono le opportunità di Amway al mondo di internet.

Dagli anni 2000 Amway continua ad essere una fiorente azienda multimiliardaria che offre prodotti in più di 80 mercati in tutto il mondo.

L'azienda Amway è leader mondiale nel settore della vendita diretta e prima in classifica, secondo Business For Home¹⁷, tra le aziende di Network Marketing di tutto il mondo, registrando nel 2019 un fatturato pari a 8,4 miliardi di dollari. Amway offre ai propri clienti oltre 450 prodotti per la bellezza, la nutrizione e la cura della casa. In particolare il portafoglio Amway contiene la marca Nutrilite per quando riguarda la nutrizione, Artistry per il make-up e la cura della pelle e Amway Home per i prodotti per la cura e la pulizia della casa.

Tra i prodotti Nutrilite rientrano sostitutivi dei pasti, integratori per sportivi, erbe, vitamine e sali minerali. Il marchio Artistry offre una ampia gamma di prodotti per il trattamento della pelle e prodotti per il make-up. Tra i vari prodotti rientrano creme per l'idratazione della pelle, una vasta gamma di cosmetici per il trucco e fragranze. Il marchio Amway Home, invece, offre ai propri clienti una serie di prodotti per la cura della casa, in particolare detersivi e purificatori per l'acqua.

I prodotti offerti dall'azienda sono sviluppati all'interno di centri di ricerca e sviluppo dove ogni anno vengono svolti più di mezzo milione di test per garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti.

¹⁷ Business For Home raccoglie i dati sul fatturato delle aziende di network marketing, sui networker più remunerati e pubblica su base giornaliera importanti notizie sulla vendita diretta.

3.2 - Caso Amway: il piano compensi

Per quanto riguarda il piano compensi Amway offre un'opportunità commerciale basata sulla vendita, che consente di guadagnare una provvigione e un bonus mensile sulla promozione delle vendite realizzate dai distributori in via diretta e in via indiretta dalle persone che il distributore introduce nell'attività, senza togliere nulla ai loro guadagni.

Gli incentivi dei suddetti distributori crescono con l'attività esercitata: oltre a riconoscimenti in denaro è possibile aggiudicarsi la partecipazione a bonus aziendali e viaggi esclusivi.

Sinteticamente possiamo raggruppare i guadagni in tre macro aree: provvigioni sulle vendite dirette, bonus derivanti dall'attività del gruppo e bonus di leadership e partecipazioni a seminari e viaggi premio.

Per calcolare il reddito dei singoli distributori si parte dalle provvigioni sui prodotti acquistati dai clienti, ovvero dalle vendite dirette. Ogni percentuale di provvigione varia in base al prodotto venduto. Inoltre i distributori possono ricevere un bonus o un Premio Attività in base ai punti accumulati mensilmente. Ai prodotti Amway sono assegnati due numeri: il Valore Punti (VP) e il Volume Vendite (VV). Il Valore Punti è una quantità numerica assegnata a ciascun prodotto, mentre il Volume Vendite è un importo monetario assegnato a ciascun prodotto. L'unico bonus riscontrabile nel piano marketing di Amway è il Premio Attività, applicato con percentuali progressive in base ai Valori Punti mensili raggiunti dall'incaricato.

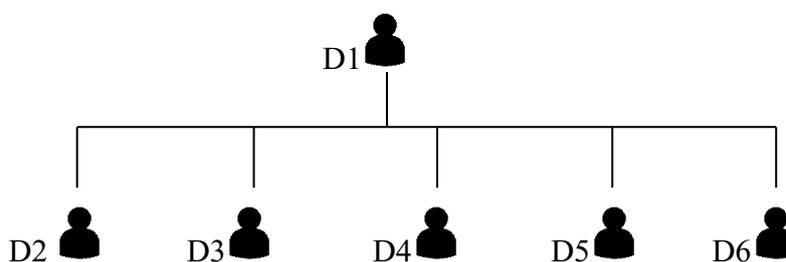
La percentuale di bonus attività si evolve secondo il seguente schema:

Tabella n°1: Percentuale Premio Attività assegnata a ciascun traguardo di Valore Punti

VP mensili	Percentuale di Bonus
10.000 VP	21%
7.000 VP	18%
4.000 VP	15%
2.400 VP	12%
1200 VP	9%
600 VP	6%
200 VP	3%

Esiste un rapporto Volume Vendite e Valore Punti prefissato, con cui si calcola il reddito del distributore, da cui vengono dedotti i Premi Attività acquisiti dal team. Supponiamo che il distributore 1, D1, (con una percentuale Premio Attività pari a 21%) abbia reclutato nel suo team altri 5 componenti: D2, D3, D4, D5 e D6. Supponiamo inoltre che il gruppo abbia generato dei Punti Volume per un totale pari a 19.800. Il team può essere schematizzato come segue:

Figura n°1: Punti volume generati all'interno di un team Amway



Supponendo inoltre che il rapporto Punti Volume e Volume Vendite sia pari a 1,878, possiamo calcolare il reddito di D1 partendo dalle deduzioni sui premi delle downline:

- D1 – 500 VP / 1,03 = 15 VP
- D2 – 300 VP / 1,03 = 9 VP
- D3 – 3.000 VP / 1,12 = 321 VP
- D5 – 10.000 VP / 1,21 = 1.735 VP
- D6 – 6.000 VP / 1,15 = 782 VP

Sommando tutti i Punti Volume del team otteniamo 2.862 VP, che vanno sottratti ai 19.800 totali di cui prima. Sottraendo tali punti otteniamo 16.938, che è la quota di Punti Volume che spetta al distributore 1.

Perciò abbiamo:

- $16.938 / 1,21 = 2.939$ VP
- 2.939 VP * 1,878 = 5519 \$

Al distributore 1 spetteranno 5.519 euro, calcolati sommando tutti i punti volume del team, sottraendo la parte spettante ad ogni singolo componente del Premio Attività e infine moltiplicando il rapporto Punti Volume e Volume Vendite al Premio Attività del distributore 1.

È doveroso aggiungere un importante dettaglio: dal momento che il massimo Premio stabilito nel piano di marketing di Amway è pari a 10.000 Punti Volume, da quel momento in poi il distributore downline si sgancerà dalla struttura del 21% applicata a quella della upline (nel nostro caso il distributore 1), e percepirà un bonus di rendita pari al 4% applicabile all'infinito.

Ricapitolando, dal momento che le downline hanno raggiunto un Premio Attività pari al 21%, lo sponsor di tali downline percepirà dalle suddette solo una rendita bonus, pari al 4% e applicabile come già detto all'infinito.

Man mano che si procede con il Volume Vendite, Amway riconosce ai propri distributori una serie di titoli e riconoscimenti. Raggiunto un Valore Punti pari a 10.000 in un mese il distributore riceve la qualifica di Produttore Argento.

Dopo essere stato qualificato come Produttore Argento per tre mesi consecutivi, il distributore ha la possibilità di raggiungere il grado di Produttore Oro.

I vari titoli crescono man mano che il distributore riesce a mantenere dei Valori Punti costanti e pari come minimo a 10.000 e sponsorizzare con successo altri distributori, cercando di farli arrivare ad una percentuale di Premio Attività pari al 21% e per precisi archi temporali.

I vari titoli che seguono sono: Platino, Rubino, Perla, Zaffiro, Smeraldo, Diamante fino al grado Corona dei Fondatori. Il Grado Diamante e Corona necessitano inoltre di una particolare categoria di punti, detti FAA (Founders Achievements Awards). Il Grado massimo raggiungibile dai distributori Amway è chiamato "Ambasciatore Corona dei Fondatori 70", dove sono richiesti 70 FAA.

Come abbiamo visto il calcolo del reddito di Amway è molto complicato e ostico da comprendere.

3.3 - Caso Jeunesse: l'azienda

Parliamo ora di un'azienda emergente nel network marketing.

Jeunesse Global è un'azienda americana nata nel 2009 in Florida, ad Altamonte Springs, fondata da due visionari: Wendy Lewis e Randy Ray. Ispirati dagli ideali di benessere, salute e prosperità, la coppia ha rivoluzionato il mercato della vendita diretta dando inizio al business Jeunesse alle H9:09 p.m. del 9 Settembre 2009. In molte culture, il numero nove simboleggia la longevità e riflette il desiderio dei fondatori di lasciare un'eredità attraverso questa azienda.

Con uno dei piani compensi più remunerativi del settore, prodotti innovativi e una piattaforma globale di supporto e formazione, Jeunesse ha contribuito a cambiare la vita di migliaia di persone che fanno parte della famiglia Jeunesse e a liberare il loro potenziale in oltre 140 paesi in tutto il mondo.

“Abbiamo creato l'azienda Jeunesse per due motivi: aiutare i distributori a realizzare i propri sogni e aiutare i bambini in tutto il mondo” ha detto Wendy Lewis in una recente intervista. Una donna multitasking, motivata dal desiderio di essere la migliore e di offrire a tutti il miglior servizio.

Dopo aver conseguito la laurea in Sociologia e Matematica alla University of Pennsylvania e un Master in Psicologia dell'Educazione, Statistica e Rilevamento alla Temple University, Wendy ha iniziato la sua carriera nel 1985 con la creazione Automated Medical Systems Consultants, una rete di servizi che ha messo insieme più di 450 medici. Come Jeunesse, anche la AMSC è stata fondata con la collaborazione di Randy

Caduta la AMSC nel 1994, la coppia è entrata nel mondo del Network Marketing con l'acquisizione di Market-Q, un'azienda specializzata nell'implementazione di sistemi software, nell'elaborazione delle commissioni e nel supporto ai clienti.

Apprezzata anche per l'impegno in progetti sociali, volontariato e campagne

ambientali, Wendy ha creato Jeunesse Kids, la fondazione no-profit dell'azienda. La mission di Jeunesse Kids è rafforzare le comunità per dare ai bambini un futuro migliore. Solo nel 2018 Jeunesse Kids ha raccolto 3 milioni di dollari a favore di iniziative locali in tutto il mondo.

D'altro canto Randy Ray disse: "Mio padre diceva: quando sarà il momento di lasciare questo mondo, avremo tutti le tasche vuote. Di noi resteranno solo due cose: il modo in cui abbiamo trattato Madre Natura e il mondo in cui abbiamo trattato gli altri." Randy, secondogenito di una povera famiglia di mezzadri del Tennessee, ebbe un'infanzia di fame e ristrettezze, spesso senza un paio di scarpe. Fin da bambino, però, si era posto degli obiettivi che ha perseguito con determinazione: diventare milionario prima di compiere 35 anni, mangiare quello che voleva e quando voleva, girare il mondo.

Randy ha costruito la sua carriera sulla leadership e sull'attenzione verso gli altri. È laureato in informatica e psicologia ed ha oltre quarant'anni di esperienza nell'industria tecnologica. Negli anni ha progettato, venduto e installato innumerevoli sistemi hardware e software per multinazionali e organizzazioni di fama mondiale come la NASA e il Dipartimento dei Trasporti degli Stati Uniti. È entrato nel mondo del Network Marketing insieme a sua moglie Wendy con la società Market-Q. Grazie a Jeunesse, fondata nel 2009, Randy ha messo a frutto le sue competenze tecnologiche e commerciali per offrire ai distributori Jeunesse un'opportunità unica. Nonostante i riconoscimenti ricevuti, non ha mai perso di vista l'obiettivo primario della sua azienda: aiutare gli altri.

Grazie a Jeunesse Randy ha trovato lo strumento perfetto per offrire a migliaia di persone in tutto il mondo il futuro luminoso che sognava da ragazzo.

Il nome stesso dell'azienda spiega di cosa si occupa, in francese significa infatti "giovinezza": l'obiettivo di Jeunesse è proprio quello di portare benessere nelle vite delle persone e tra i suoi prodotti di maggiore successo ci sono quelli

anti-aging, al momento tra i più apprezzati ed efficaci sul mercato globale.

Questi prodotti vengono realizzati sfruttando le incredibili proprietà delle cellule staminali per andare a riparare il DNA.

L'approccio non è quindi quello di coprire gli inestetismi, ma di attenuarli agendo in profondità. Le donne e negli ultimi anni sempre più spesso anche gli uomini, vogliono sembrare più giovani, odiano le rughe e altri diffusi inestetismi che, inevitabilmente, fanno la loro comparsa con il passare del tempo, ma oggi ci sono gli strumenti per migliorare il proprio aspetto e riallinearlo alla propria salute e al proprio entusiasmo.

Viviamo più a lungo, siamo più attivi, pieni di interessi, abbiamo obiettivi da raggiungere, ci sentiamo giovani ed è giusto che anche la nostra esteriorità rispecchi queste sensazioni.

Se ai prodotti anti-aging aggiungiamo anche integratori alimentari e un ampio ventaglio di prodotti per il benessere, per la cura del corpo e che possano assicurarci un aspetto più giovanile e sano, possiamo dire che il settore nel quale si muove Jeunesse è tra i più redditizi in assoluto.

Secondo Business For Home Jeunesse è alla ventottesima posizione registrando nel 2009 un fatturato di 1,1 miliardi di dollari: un risultato straordinario per un'azienda che, nata soltanto dieci anni fa, ha creato più di 23 milionari, ha pagato oltre 250 milioni di dollari in commissioni, ha creato una rete vendita con 450.000 distributori e ha aperto uffici in oltre 20 paesi al mondo.

3.4 - Caso Jeunesse: il piano compensi

Per quanto riguarda il piano compensi, quello di Jeunesse è sicuramente uno dei più remunerativi di tutto il panorama del network marketing e comprende diversi metodi di guadagno.

Il primo metodo di guadagno sono le commissioni al dettaglio. Per guadagnare sin dal primo momento è sufficiente svolgere l'attività di promozione dei prodotti (volume commissionabile¹⁸, CV). Sia che un distributore abbia promosso i prodotti a qualcuno durante una partita di calcio o indirizzando direttamente amici e familiari al suo sito web Jeunesse replicato, può realizzare una provvigione lorda dal 15% al 40% sul valore dell'imponibile dell'ordine. Gli ordini al dettaglio rappresentano la fonte immediata di guadagno del distributore. Le commissioni al dettaglio derivanti dagli ordini effettuati online dai consumatori vengono corrisposti settimanalmente.

Il secondo metodo di guadagno è il retail sales bonus che può essere ottenuto dal distributore attraverso la vendita di assortimenti di prodotti a prezzi vantaggiosi, all'interno dei quali sono incluse diverse quantità dei prodotti Jeunesse più venduti. Si riceverà il Retail Sales Bonus per aver acquisito un nuovo consumatore. Il Retail Sales Bonus (RSB) associato agli assortimenti standard può variare da \$25 a \$300. L'ammontare del bonus dipende dall'assortimento di prodotti prescelto dal nuovo consumatore.

Le team commissions è il terzo metodo di guadagno che il distributore può ottenere dalla vendita di prodotti effettuata dal suo team. Durante la costruzione della sua organizzazione, gli incaricati vengono collocati nel team di destra o di sinistra della genealogia dell'organizzazione. Ogni volta che un membro del suo

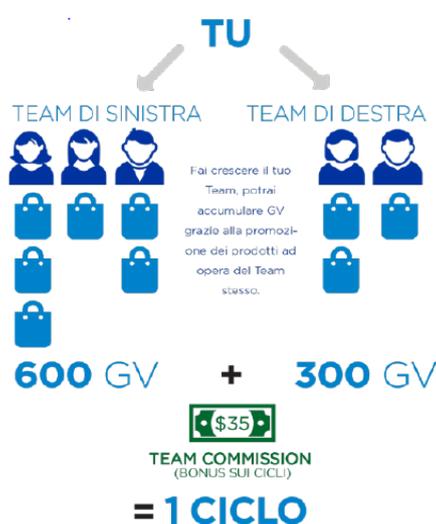
¹⁸ Affinché i prodotti abbiano un prezzo competitivo, a ogni prodotto Jeunesse viene assegnato un valore in punti detto Volume Commissionabile (denominato talvolta "punti").

team promuove un prodotto, genera Volume di Gruppo¹⁹ (GV) che comprende i suoi PV²⁰, PGV²¹ e Volume Spillover²². Il GV viene utilizzato ai fini del calcolo delle Team Commissions. Man mano che la sua organizzazione cresce, accumula GV derivanti dalla promozione di prodotti da parte del Team.

Quando uno dei suoi Team (sinistra o destra) accumula 600 GV e l'altro 300 GV (non importa quale), il distributore guadagna una Team Commission di \$35, detta anche "Cycle Bonus". Le Team Commissions vengono pagate settimanalmente e sono ricorrenti: il distributore continuerà a guadagnare un cycle bonus di \$35 ogni volta che i suoi team accumulano 600/300 GV.

Per guadagnare le Team Commissions è necessario essere qualificato e ricevere commissioni in qualità di Executive.

Figura n°2: Le Team Commission



¹⁹ Il Volume di Gruppo è il volume generato attraverso la promozione dei prodotti dei due Team del distributore e comprende PV, PGV e il Volume Spillover.

²⁰ Il Volume Personale è generato dai CV derivanti dalla promozione di prodotti ai Consumatori attraverso il tuo sito web replicato o i tuoi ordini per uso personale.

²¹ Il Volume di Gruppo Personale è l'insieme dei CV generati dalle linee di sponsorizzazione del distributore e attraverso la sua promozione dei prodotti. Non comprende il Volume Spillover.

²² Gli incaricati posizionati nella genealogia dell'organizzazione del distributore dalla sua upline sono chiamati Spillover. La promozione di prodotti da loro effettuata rientra nel suo Volume GV.

Il quarto metodo di guadagno è il Matching Bonus. Jeunesse ritiene giusto che il distributore sia remunerato per aver generato vendite per il tramite di un team produttivo di incaricati alle vendite da lui costruito. Per tale obiettivo è necessario infatti insegnare a coloro che sponsorizza personalmente come costruirsi una solida base di consumatori, come promuovere i prodotti Jeunesse e come costruire a loro volta, se lo vorranno, una propria organizzazione. In sintesi, insegnare a duplicare quello che fa il distributore.

Quanto più è efficace nel formare un gruppo di incaricati da lui sponsorizzati, fornendo loro tutte le informazioni per la profittevole promozione e vendita dei prodotti Jeunesse, tanto maggiore sarà non solo il guadagno ed il successo di questi ultimi, ma anche il suo.

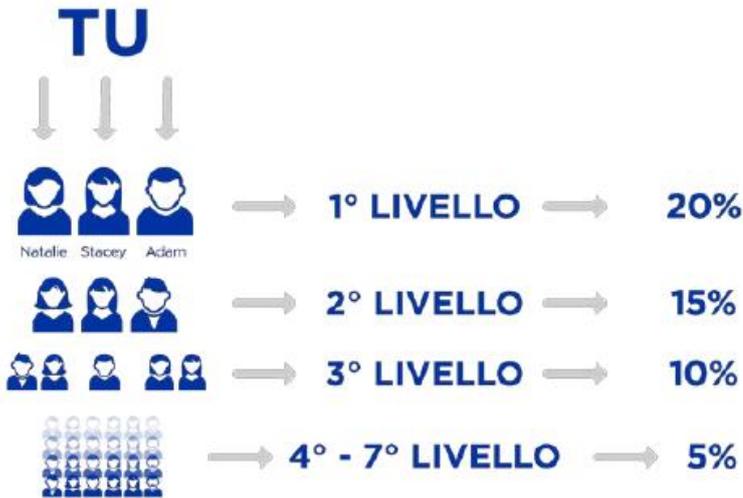
Man mano che si sale nella scala dei rank, Jeunesse remunera con un Matching Bonus calcolato sulle intermediazioni di vendita realizzate dalle linee di sponsorizzazione del distributore, premiando anche la sua capacità di creare un team profittevole. Il Matching Bonus riserva una percentuale delle Team Commissions guadagnate sui primi 7 livelli delle sue linee di sponsorizzazione in base alle commissioni che riceve, legate al suo “paid as rank”.

Il primo rank che permette di ricevere il Matching Bonus è il Jade Executive, che dà la possibilità di ottenere una percentuale pari al 20% sulle Team Commissions derivanti dalle vendite promosse dagli incaricati della prima linea di sponsorizzazione del distributore (la sua organizzazione).

Per esempio (figura n°3), se sono presenti Natalie, Stacey e Adam nella sua 1^a linea di sponsorizzazione, può ricevere un Matching Bonus pari al 20% sulle loro Team Commissions. Il rank successivo, Pearl Executive, permette di ricevere il 20% sugli incaricati della 1^a linea di sponsorizzazione e il 15% sul 2° livello.

Inoltre, avanzando al rank successivo, può ricevere il Matching Bonus fino alla 7^a linea di sponsorizzazione.

Figura n°3: Matching Bonus



Il customer retention incentive è il quinto metodo di guadagno (più consumatori = più compensi).

Se in un mese di calendario un distributore promuove i prodotti a cinque utilizzatori che hanno aderito allo SmartDelivery²³ il suo Matching Bonus di primo livello aumenta passando dal 20% al 25%.

Figura n°4: Customer retention incentive (5 utilizzatori)



²³ Se un consumatore preferisce ricevere un ordine regolarmente, può aderire al servizio di SmartDelivery. Ogni mese Jeunesse addebiterà l'importo sulla carta di credito fornita e spedisce i prodotti scelti.

Se in un mese di calendario promuove i prodotti a dieci utilizzatori che hanno aderito allo SmartDelivery il suo Matching Bonus di primo livello aumenta al 30%.

Figura n°5: Customer retention incentive (10 utilizzatori)



Il sesto e ultimo metodo di guadagno è il Diamond Bonus Pool che è costituito dal 3% del Volume Commissionabile globale dell'azienda. Il pool viene suddiviso tra i Diamond qualificati in base alle quote accumulate nel corso di un trimestre.

Il calcolo del Bonus Pool avviene trimestralmente e il bonus viene pagato in base alle quote che il distributore ha ottenuto in quel periodo.

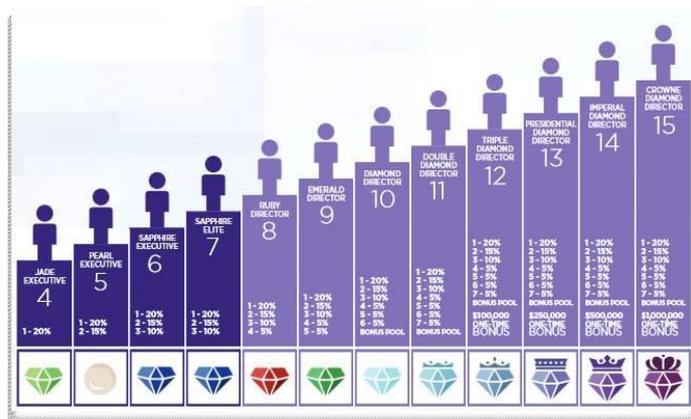
Per partecipare al Diamond Bonus Pool è necessario promuovere prodotti a dieci incaricati di primo livello che hanno aderito allo SmartDelivery ogni mese del trimestre e aver raggiunto, quale rank più elevato, il rank Diamond Director entro il primo giorno del trimestre. Inoltre, i Diamond dovranno partecipare, nel corso dell'anno precedente, ad almeno due grandi eventi aziendali nel mercato regionale di residenza (EU & ME) e ad un evento in un altro mercato. Sarà necessario partecipare attivamente alle attività programmate e obbligatoriamente alle attività o eventi dedicati al proprio rank.

Per potersi qualificare i Diamond dovranno partecipare a eventi EXPO Jeunesse, LEAD Jeunesse e University Jeunesse.

Per quanto riguarda l'accumulazione delle quote una viene assegnata quando il distributore riceve commissioni come Diamond Director per la prima volta o entro

il primo giorno del trimestre; una quota viene assegnata per ogni mese del trimestre in cui riceve commissioni come Diamond; una quota viene assegnata ogni 1000 cicli di Team Commissions accumulati durante il trimestre; massimo una quota, viene assegnata in un trimestre per ogni incaricato personalmente sponsorizzato che riceve commissioni come Diamond Director in qualsiasi mese del trimestre; e una quota viene assegnata ogni mese in cui riceve commissioni come Double Diamond Director o Rank superiore.

Figura n°6: Qualifiche del piano compensi Jeunesse



CONCLUSIONI

A conclusione del mio elaborato voglio parlare un po' della mia esperienza personale. Ho impiegato più di un anno per studiare a fondo e capire davvero il reale funzionamento di questa industria.

Inizialmente non ero convinto, avevo sentito moltissimi pareri negativi, ma ho continuato a studiare e sono andato più a fondo sulla questione perché in fondo l'idea mi piaceva troppo.

E poi successe che quasi per caso vidi un'intervista di Bill Gates sul Network Marketing. Le parole che più mi rimasero impresse furono: "Se avessi la possibilità di ricominciare tutto da capo, sceglierei il Network Marketing".

E allora mi sono chiesto il motivo per cui ancora oggi ci sono dubbi sull'efficacia di questa industria se lo stesso Bill Gates disse una frase del genere. Volevo riuscire a capire dove fosse il problema: se era davvero nel Network Marketing o nelle persone che spesso hanno svolto questa attività senza aver avuto risultati.

E ho capito che il problema non è in questa attività, perché il fiore all'occhiello di questo business sta nel fatto che è sufficiente un investimento iniziale quasi irrisorio tenuto conto del fatto che si tratta di un'attività imprenditoriale ed è a tutti gli effetti una leva finanziaria in quanto non si hanno limiti di guadagno e nel lungo periodo permetterà di ricevere una continua rendita passiva come fosse una sorta di "pensione".

Ho deciso, infatti, di entrare a far parte di un gruppo di giovani imprenditori digitali che collabora con un'azienda americana di Network Marketing. Ovviamente la mia scelta è stata ponderata ed è stata fatta tenendo in considerazione i tre punti cardine del Network Marketing Online già citati.

Con il passare del tempo e continuando a studiare ho capito una caratteristica fondamentale di questo business, ovvero che non è adatto a qualsiasi persona sulla

faccia della terra. Questo perché chi decide di iniziare questa attività deve avere una mente imprenditoriale, deve essere disposto ad aiutare gli altri e deve sempre portarla avanti con impegno, costanza e studio in quanto chi lavora in proprio deve imparare a gestire e lavorare duro per pensare a migliorare tutti gli aspetti della sua attività.

Infine, voglio precisare che il Network Marketing è un business meritocratico in cui esistono enormi possibilità di carriera raggiungendo qualifiche sempre più importanti (scalando i vari rank di un'organizzazione), perché se è vero che il mio upline percepirà da me una percentuale senza intaccare il mio stipendio, e magari nel breve termine guadagnerà più di me, è altrettanto vero che non guadagnerà per forza di cose più di me nel lungo termine.

Quindi il Network Marketing è il miglior business da intraprendere nel 2021, a patto che sia svolto attraverso un metodo Online.

BIBLIOGRAFIA

- Frisoni A. “Lo schema perfetto”, pubblicato in modo indipendente, 2020
- Ferrero G. “Marketing e creazione del valore”, G. Giappichelli Editore, Torino, seconda edizione 2018
- Silvestrelli S. e Bellagamba A. "Fattori di competitività dell'impresa industriale - Un'analisi economica e manageriale", Giappichelli Editore, Torino, 2017

SITOGRAFIA

<https://www.jeunesseglobal.com/>

<https://europe.sharejeunesse.com/asset/brichures-productsheets-italian/>

<https://www.amway.it/>

<https://www.youtube.com/watch?v=xziAYXueIHk>

https://www.youtube.com/watch?v=u4_zH_K5csw

<https://www.businessforhome.org/>

<https://www.amway.it/>

<https://www.riccardodigasparro.com/piano-marketing-jeunesse-global/>

<https://frisoninside.mykajabi.com/>

<https://frisoninside.net/masterclass-domination>

<https://dominationonway.com/masterclass-domination-on-way>