روش های نوین کسب و کار
و
کارآفرینی در حوزه فروش مستقیم

درس: تشخیص فرصت های کارآفرینی

استاد: سرکار خانم دکتر تقوایی

تهیه کننده: حمزه علیزاده صیقلان

پاییز ۹۹

مقدمه

- شناسایی تغییرات پیرامون ما در حوزه کسب و کار

موانع موجود برای کارآفرینان

پرسش ها

- هم اکنون چه اتفاقی در اوضاع اقتصادی و اجتماعی ایران در حال وقوع است ؟
- امنیت شغلی ناشی از استخدام و بازنشستگی راه های سنتی
  در مقابل
  کارآفرینی و راه اندازی یک تجارت شخصی
- راه های نوین برای شروع کسب و کار موفق و ثروتمند شدن در حال حاضر چیست ؟

بستر های نوین برای ایجاد تجارت شخصی

- صنعت فروش مستقیم
- (Direct Selling) DS

Direct Selling Business Model – A Review
A. S.Viswanathan1 _ 2018

فروش مستقیم چیست؟

- فروش مستقیم عبارت است از فروش محصولات یا خدمات بدون استفاده از واسطه های سنتی یا همان دلال های واسط و رساندن کالا از تولید کننده به مصرف کننده. این نحوه فروش عموماً از طریق معرفی و تبلیغ کالا به صورت شخص به شخص یا برگزاری جشن ها و گردهمایی ها برای تبلیغ کالا یا خدمات صورت می گیرد.

A Study of Direct-Selling Distributors
By Anne T. Coughlan* Manfred Krafft** Julian Allendorf***
September 2016

DS

- فروش مستقیم (DS) نوعی کانال توزیع است که توسط صدها شرکت در سراسر جهان برای بازاریابی استفاده می شود .
- محصولات مصرفی بی شماری به میلیون ها کاربر نهایی میرسد .
- در یک شرکت فروش مستقیم توزیع کنندگان پیمانکاران مستقلی هستند که محصولات شرکت را مستقیما به کاربران نهایی می فروشند

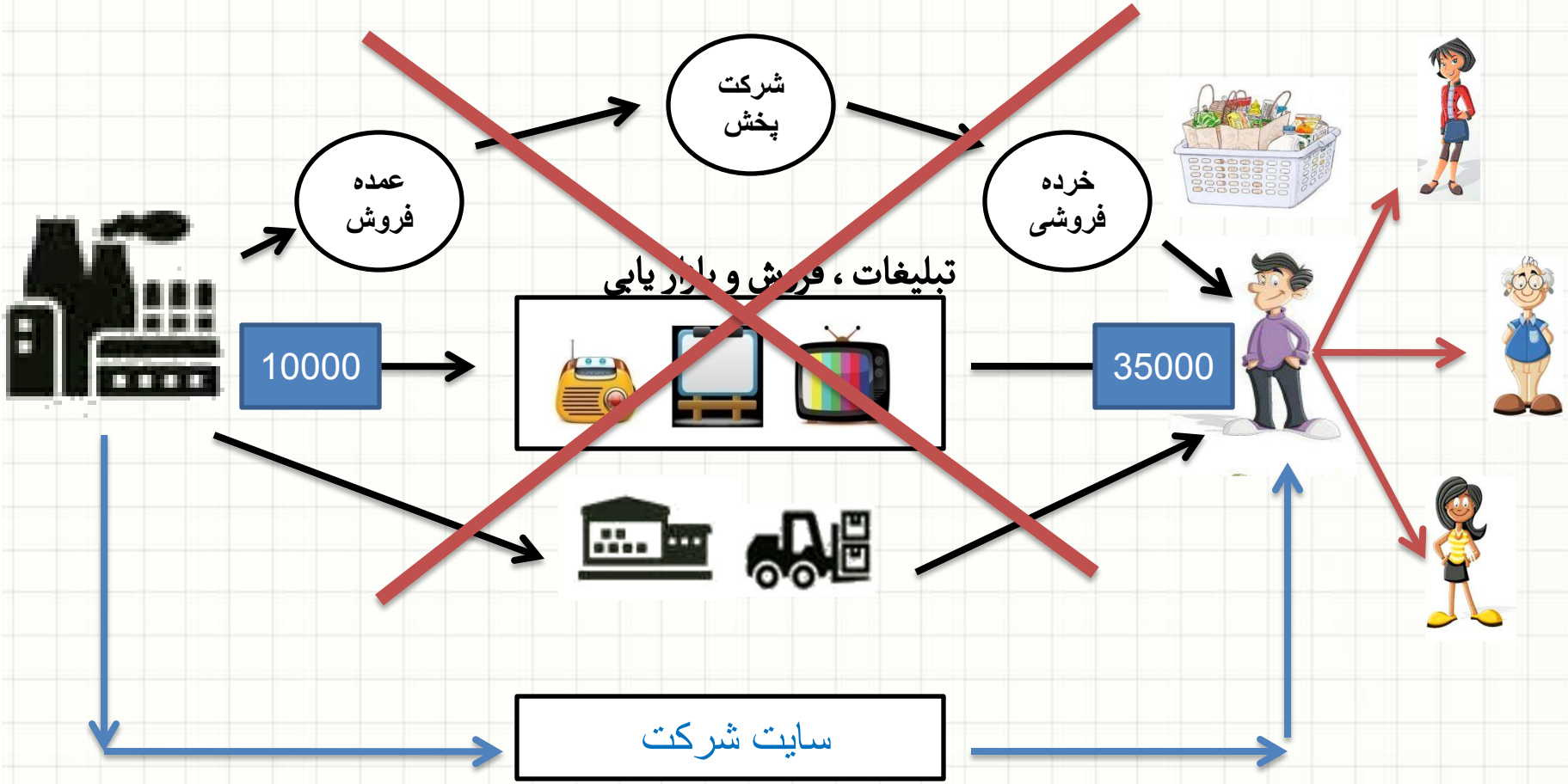
A Study of Direct-Selling Distributors
By Anne T. Coughlan* Manfred Krafft** Julian Allendorf***
September 2016

فرصتی نوین برای کارآفرینی

مارکتینگ در بستر فروش مستقیم

The future of marketing
Roland T. Rust_ 2020

Direct Selling



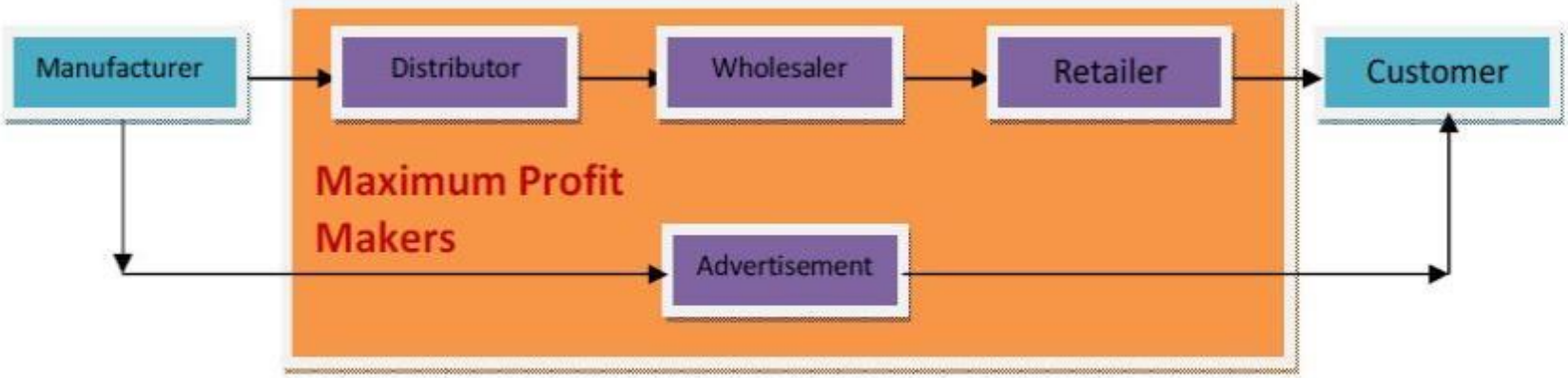


Fig 1.Conventional Sales Model

Fig 2. Ecommerce Model of Business Operations

Fig 3. Direct Sales Business Model

S4DS
DIRECT SELLING SOFTWARE

Technology Raise in the History of Direct Selling

روش جدید

MULTI-LEVEL MARKETING. FEATURES AND CONTROVERSY

Justyna Kaźmierczak, Artur Łabuz _ 2018

Network Marketing / MLM

he Role of the Distributor Network in the Persistence of Legal
nd Ethical Problems of Multi-level Marketing Companies

laudia Groß1 • Dirk Vriens1 _ 2017

بازاریابی شبکه‌ای NETWORK MARKETING
یا همان
بازاریابی چندسطحی MULTI-LEVEL MARKETING

- شیوه ی نوین فروش است که در آن شرکت ها محصولات خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه به فروش می‌رسانند، و مشتریان پس از خرید در صورت تمایل می‌توانند محصولات شرکت را بازاریابی کنند و سود بگیرند. درآمد در **بازاریابی چند سطحی (ام. ال. ام.)** هم در ازای **فروش مستقیم کالا** و هم در ازای **فروش از طریق سازمان فروش** (متشکل از جذب بازاریابان شبکه ساز) کسب می‌شود.

Building a Sustainable Competitive Advantage for Multi-Level Marketing (MLM) Firms: An Empirical Investigation of Contributing Factors
Lee Siew Keong*, Omkar Dastane**_ 2019

تاریخچه

ایـــــــده بازاریـــــــابی شـــــــبکه‌ای از فرمـــــــول تصاعد هندسی گرفته شد، که در سـده ششـم توسـط فیثاغورس و در سده سـوم ق. م. توسـط اقلیـدس در کتاب معروف «مقـدمات» بـه جهـان معرفـی شـد. مـدل تکامل یافته این ایده بـا مثلـث خیـام- پاسـکال شـکل گرفت.

تفاوت بازاریابی شبکه ای با دسیسه های هرمی

MLM	Pyramid Scheme
Provides products and or services of real value	No obvious product
Low startup costs that often include tools to help sell company products and/or services	Encourages a large initial investment and continual reinvestments
Ability to out earn anyone above you	Inability to out earn anyone above you
Is upfront that earnings are generated from direct sales or from others you have recruited and that earnings are ultimately based on your effort	Promises large earnings with little effort
Comprehensive training and support on products, recruiting and sales communication	Poor or non-existent training
Presents the opportunity and explains how it works allowing people time and ability to make a well informed decision.	Often aggressive in its approach and may use false information, deadlines to urge people to join quickly.

به گفته کمیسیون تجارت فدرال آمریکا (FTC)، شرکت هرمی شرکتی‌ست که به اعضایش حق کمیسیون می‌دهد تا افراد جدید را وارد کنند. شرکت‌های هرمی محصولی را نمی‌فروشند و پول‌های مشتریان را در یکجا جمع می‌کنند و با آن کاری انجام نمی‌دهند. این شرکت‌ها در اکثر کشورهای دنیا از جمله ایران غیر قانونی هستند؛ چون در ازای جذب افراد پول می‌دهند بطور اجتناب‌ناپذیر فرو خواهند پاشید و وقتی هرم فروپاشی کند، بجز عده‌ای که در بالای هرم هستند همه دست خالی می‌مانند یا به عبارتی پول خود را می‌بازند.

تفاوت های بازاریابی شبکه ای با شرکت های هرمی		
مولفه	بازاریابی شبکه ای	ساختارهای هرمی
حق عضویت	اختیاری	اجباری
خرید کالا	اختیاری	اجباری
نسبت ارزش خارجی به داخلی	نزدیک به ۱	بسیار کمتر از ۱
معرفی کالا به دیگران	اختیاری	اجباری
برگشت محصول	ممکن	غیرممکن
ابزار فروش	تامین نیاز	اغوا و وسوسه
مبنای فروش	کالای اقتصادی	جذب عضو جدید
مشروعیت قانونی	قانونی	در اکثر مطلق کشورها غیر قانونی
مشروعیت مذهبی	مشروع	نامشروع
اشتغال	مولد	کاذب
افق کسب و کار	بلندمدت	کوتاه مدت / هیجانی

بررسی مزایای بازاریابی شبکه ای

1 ❖افراد توزیع کننده و نمایندگان کاملا مستقل عمل میکنند

2 ❖عدم رسیسک مالی و سرمایه گذاری نقدی

3 ❖امکان اجرا به صورت آنلاین و در فضای دیجیتال

4 ❖آموزش های رایگان برای افراد

بررسی مزایای بازاریابی شبکه ای

5 ❖کسب مهارت های کارآفرینی

6 ❖ایجاد یک شبکه از توزیع کنندگان و مصرف کنندگان

7 ❖ایجاد فرصت برابر برای کسب درآمد

8 ❖مزیت win – win برای افراد فعال

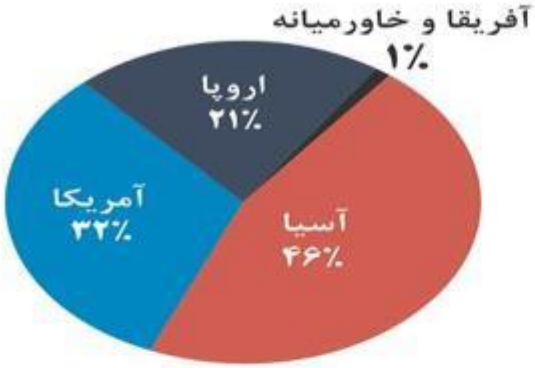
آمار و ارقام جهانی بازاریابی شبکه ای
گزارش فروش مستقیم 2019 توسط WFDSA

World Federation of Direct Selling Associations

فدراسیون فروش مستقیم در کتابچه گزارشات سال ۲۰۱۹ خود به بررسی جوانب مختلف فروش مستقیم پرداخته است. فدراسیون جهانی فروش مستقیم (WFDSA) در ایالت متحده آمریکا، شهر واشنگتون مستقر است . اعضای آن شامل گروه های مختلفی از بیش از ۶۰ انجمن فروش مستقیم (DSA) منطقه ای و ملی است که با به اشتراک گذاشتن یک دید مشترک، به دنبال ایجاد بالاترین رفتار اخلاقی در بین فروشندگان مستقیم در تمام دنیا هستند.

WFDSA
WORLD FEDERATION
OF DIRECT SELLING ASSOCIATIONS

نتایج جهانی فروش مستقیم ۲۰۱۸



فروش جهانی
۱۹۲.۹ میلیارد دلار

نمایندگان فروش جهانی
میلیون ۱۱۸.۴

آسیا	۸۹.۲----	۱.۸٪ افزایش
آمریکا	۶۲.۴----	۱.۵٪ افزایش
اروپا	۳۹.۶----	۰.۳٪ کاهش
آفریقا و خاومیانه	۱.۸----	۱.۴٪ افزایش

۶۹.۷ میلیون	آسیا
۳۱.۰ میلیون	آمریکا
۱۴.۴ میلیون	اروپا
۳.۳ میلیون	آفریقا و خاومیانه

از چهار منطقه، سه منطقه رشد داشته اند

(۶۶٪) از کشـــورها شاهد رشد بوده اند که در ۴۲ گزارش فروش این آمار مشـــهود است. ۲۴مورد از برترین کشـــورهایی که گزارش فروش اعلام کرده اند شاهد فروش یک میلیارد دلاری بوده اند که شامل ۹۴ درصد از فروش جهانی می شود.

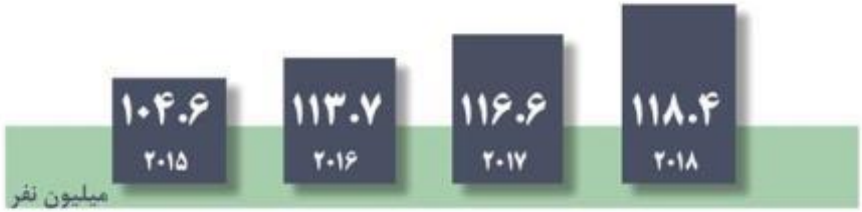
۷۹٪ از فروش جهانی توسط ۱۰ کشور برتر صورت گرفته است.

فروش مستقیم جهانی

رشد مجدد

صنعت فروش مستقیم یک رشد پایدار را طی زمان های مختلف در سه سال اخیر نشان می دهد به طوری که نرخ رشد سالیانه طی سال های ۲۰۱۵ تا۲۰۱۸ به میزان ۱.۷٪ بوده است.

۱۱۸.۴ میلیون
نفر در فروش مستقیم



فروش جهانی توسط ۱۱۸.۴ میلیون فروشنده مستقل انجام شده است که از سال ۲۰۱۷ تاکنون ۱.۶% افزایش یافته است، نیرو فروش طی سه سال اخیر(۲۰۱۵-۲۰۱۸) به میزان ۴.۲% افزایش یافته است.

از این ۱۱۸.۴ میلیون نفر

۱۰.۶ میلیون نفر، تمام وقت کار می کنند به صورتی که بیش از ۳۰ ساعت طی هفته مشغول به تجارت فروش مستقیم هستند.

۴۲.۹ میلیون نفر، پاره وقت می کنند به صورتی که تا ۳۰ ساعت طی هفته مشغول به تجارت فروش مستقیم هستند.

۶۴.۹ میلیون نفر، دیگر افرادی که شامل افراد تازه وارد هستند و بخاطر علاقه شان به محصولات و خرید محصولات با تخفیف به شرکت پیوسته اند و دیگر افرادی که فقط به شرکت پیوسته اند اما فعال نیستند.

مرد ٪۲۶، زن ٪۷۴

طبق آمار منتشر شده تعداد خانم ها و آقایانی که به فروش مستقیم پیوسته اند، سال به سال افزایش یافته است، افراد موثر در این صنعت در همه جای دنیا آقایان هستند، امروزه آقایان فرصتهای این صنعت را یافته اند.

مقایسه فروش در بازارهای نوظهور و پیشرفته

فروش مستقیم فرصت های بیشماری را در قاره ها و کشور های مختلف به وجود آورده است

بازار های پیشـــرفته ۵۷.۳ از مشـــارکت فروش مســـــتقیم را در اختیار دارند در حالی که بازارهای در حال توسعه حدود ۴۲.۷درصد از مشـــــــارکت را در اختیار دارد که طی ۹ سال اخیر(از اولین ارزیابی انجمن جهانی فروش مستقیم) ۱۰.۸درصد افزایش داشته است.

سال به سال فروش در بازارهای در حال توسعه بیشتر شده است (نزدیک به ۱۰درصد)

فروش مستقیم در بازارهای نوظهور تا ۸۲.۳میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته که رشد ۹.۷ درصدی را نشان می دهد.همچنین در سه سال اخیر (۲۰۱۵-۲۰۱۸) نرخ رشد سالانه ۹.۶ درصد بوده است.

بطور خلاصه

- بازاریابی شبکه ای یا «نتورک مارکتینگ» نوعی شیوه فروش است که یک کمپانی محصولات خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه می فروشد و مشتری ها پس از خرید می توانند برای این محصولات بازاریابی کند و سود ببرند.

منابع

- سایت وزارت صنعت معدن و تجارت www.easnaf.ir
- شناسایی عوامل موثر براثر بخشی بازاریابی شبکه ای . نادر حکیمی پور 1396
- کاوش فهم تجربه افراد پیشینه دار بازاریابی شبکه اي در ایران . هادی عباس آبادی 1398
- کتاب دانشکده کسب و کار – رابرت کیوساکی
- کتاب سیر تا پیاز بازاریابی شبکه ای – زیگ زیگلار
- Direct Selling Under Scrutiny:Assessing Analytic Direct Selling Models - Patrick L. Brockett - 2020
- Direct Selling Business Model – A Review - A.S.Viswanathan1 – 2018
- Join, Stay, Leave: A Study of Direct-Selling Distributors - By Anne T. Coughlan – 2016
- The future of marketing - Roland T. Rust – 2020
- The Role of the Distributor Network in the Persistence of Legal and Ethical Problems of Multi-level Marketing Companies - Claudia Groß1 – 2017
- Structural equation modeling of a potentially successful person in network marketing - Rattana Hiranpong - 2016

- The Multi-Level Marketing Practice in Taiwan - Professor Carol Hwa - 2018
- MULTI-LEVEL MARKETING. FEATURES AND CONTROVERSY - Justyna Kaźmierczak – 2018
- Building a Sustainable Competitive Advantage for Multi-Level Marketing (MLM) Firms: An Empirical Investigation of Contributing Factors - Lee Siew Keong – 2019
- Studying distributor-consultants' involvement into MLM business in the russian perfume and cosmetics market - N. IVASHKOVA - 2018

پایان