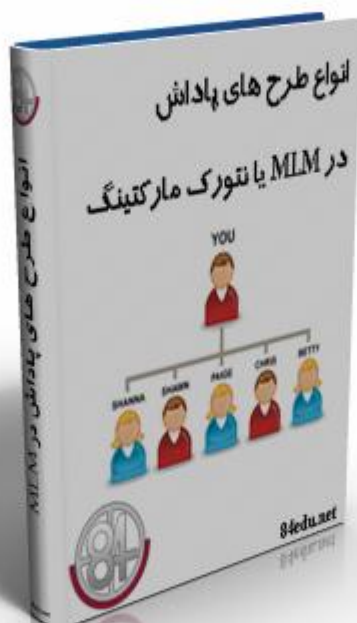




## انواع طرح‌های پاداش در mlm (نتورک مارکتینگ)

نویسنده: بهروز مهندس زاده

جهت کسب اطلاعات بیشتر به <http://84edu.net> مراجعه نمایید.



تمامی حقوق محفوظ و متعلق به بهروز مهندس زاده و <http://84edu.net> می باشد و هرگونه کپی برداری از این EBook، اخلاقاً و قانوناً غیرمجاز است. در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر پیرامون نتورک مارکتینگ یا mlm و تمایل به راه اندازی بیزینس شخصی خود، لطفاً به وب سایت من مراجعه نمایید: <http://84edu.net>.



## فهرست مطالب

۳	مجراهای کسب درآمد IR (IBO)ها یا نمایندگان مستقل در نتورک مارکتینگ
۴	طرح های Uni-Level
۵	طرح های Stair Step Breakaway
۵	نحوه ی عملکرد این طرح
۷	مرحله اصلی این طرح و زمینه ساز شهرت آن: Breakaway
۸	طرح های Matrix
۱۰	طرح های Binary
۱۰	طرح های هیبرید Hybrid
۱۰	شرکت هایی که از Uni-Level استفاده می کنند
۱۰	Xango-۱
۱۱	Freelife International -۲
۱۱	New Vision USA, Inc -۳
۱۱	شرکت هایی که از Stair Step Breakaway استفاده می کنند
۱۱	Amway-۱
۱۲	Herbalife International Of America,Inc -۲
۱۲	شرکت هایی که از Matrix استفاده می کنند
۱۲	Melaleuca,Inc-۱
۱۲	ELKEN-۲
۱۲	شرکت هایی که از Binary استفاده می کنند
۱۳	Longevity Network-۱
۱۳	Usana-۲
۱۳	Mannatech,Inc-۳



۴ طرح پایه درآمذایی در نتورک مارکتینگ وجود دارد که در این EBook، هر یک را با هم بررسی می‌کنیم و در هر مورد، چند شرکت موفق در استفاده از آن طرح را هم معرفی خواهیم کرد.

البته این نکته را هم باید اضافه کنم که نظریات متفاوتی برای تقسیم بندی طرحها وجود دارد که هر یک مشتمل بر چند نوع طرح پاداش می شود اما در تمام تقسیم بندیها این ۴ نوع، مشترک هستند و تمام سایتهای معتبر دنیا، مشترکاً این ۴ نوع طرح را طرحهای اصلی می دانند.

یکی از مهم ترین نکات هنگام پیوستن به یک شرکت نتورک مارکتینگ این است که باید تا حد امکان بر طرح درآمذایی آن ریز شد. البته این فقط یکی از نکات است و فاکتورهای دیگری را هم باید در نظر گرفت.

## مجراهای کسب در آمد IR (IBO)ها یا نمایندگان مستقل در نتورک مارکتینگ

۱) خرده فروشی (Retail): که از تفاوت قیمت عمده فروشی (قیمتی که فرد مستقیماً از شرکت خریداری می‌کند) و قیمت خرده فروشی حاصل می‌شود. (این رقم در بیز، ۱۰٪ است.)

۲) عمده فروشی (Wholesale): تفاوت بین تخفیف حامی ها و تخفیف افراد زیر مجموعه آنها و نیز محصولاتی که برای فروش مجدد یا خرده فروشی خریداری می‌شوند، این درآمد را حاصل می‌کنند. (در بین طرحهای جدید رواج چندانی ندارد.)

۳) رهبری (Leadership): از فروش توزیع کنندگانی که در سازمان شما هستند به شما پرداخت می‌شود.

۴) جوایز: این جوایز در قبال رسیدن به فروش خاص در کل سازمان فروشتان یا رسیدن به مقدار فروش شخصی خاص، به نماینده مستقل (بازاریاب یا نتورکر) پرداخت میگردد. جوایز به منظور افزودن جذابیت طرح به آن اضافه میشوند و از پورسانتهای پایه ای به شمار نمی روند (بر خلاف خرده فروشی، عمده فروشی و رهبری).





## طرح های Uni-Level

Uni-Level در بین انواع طرحهای پاداش نتورک مارکتینگ، ساده‌ترین است. در این طرح تعداد افرادی که می‌توانید در سطح اول خود داشته باشید (به عبارت دیگر Front line شما) نامحدود است اما تعداد سطوحی که بابت فروشهای آن پورسانت دریافت می‌کنید، محدود است. می‌توان Uni-Level را به صورت زیر نمایش داد:

a بی نهایت که a معمولاً بین ۵ و ۱۰ است. (a تعداد سطوح را نمایش می‌دهد).

بابت هر یک از سطوح سازمانتان، درصدی از فروشهای هر یک از افراد آن را به عنوان پورسانت دریافت می‌کنید. یکی از معایبی که به Uni-Level وارد می‌کنند همین محدودیت تعداد سطوحی که بابت آن پورسانت پرداخت می‌شود، است. چرا که تلاشهای رهبر سازمان از سطح آخر به بعد، نادیده گرفته می‌شود در حالیکه او نقش غیر قابل انکاری در آموزش و حمایت افرادی دارد که بعد از سطح آخر او به طرح می‌پیوندند. البته شرایطی وجود دارد که با کسب آنها می‌توان برای تعداد سطوح بیشتری در عمق سازمان، پورسانت دریافت کرد. شرایطی که توسط شرکت تعیین می‌شود.

در Uni-Level کسی اجازه ندارد تا مستقیماً شخصی را در سطح (نسل) دوم خود قرار دهد و تمام افرادی را که مستقیماً وارد می‌کند (یعنی شخصاً حامی آنها می‌شود)، باید در سطح اول خود جای دهد (در حقیقت به کسی اجازه Spillover داده نمی‌شود). برای رسیدن به درآمدهای بالا در این طرح، باید افراد بسیاری در سطح اول خود داشته باشید به عبارتی باید تا می‌توانید شاخه‌های مختلف راه اندازی کنید و همین نکته را به آنها نیز آموزش دهید. اما ۲ مزیت بزرگ این طرح:

(۱) PV (Personal Volume: حجم فروش شخصی) مورد نیاز برای کسب شرایط دریافت کمیسیونهای فروش، اندک است و همین مورد این طرح را به یکی از محبوب‌ترین‌ها بین کسانی که بطور پاره‌وقت کار می‌کنند، تبدیل کرده است. یعنی میزان فروش مورد نیاز در هر دوره ی پرداخت شرکت برای اینکه شما فعال به حساب آمده و پورسانت فروشهای سازمان خود را دریافت نمایید، رقمی پایین است و به سادگی قابل حصول می‌باشد.

(۲) به دلیل سادگی این طرح، توضیح دادن و تکتیر کردن آن در سازمان، بسیار آسان است.



در میان طرح‌های جدید Uni-Level قرارداد پادشاهی برای جذاب‌تر کردن طرح برای افراد، بسیار مرسوم شده است که البته دریافت این پادشاهی نیاز به رسیدن به حجم خاصی از فروش دارد. که در مورد بیز هم وضعیت به همین ترتیب است. ریز اطلاعات در مورد بیز در لینک زیر موجود است:

<http://bizmlm.ir/complan.html>

ناگفته نماند که علیرغم وجود محدودیت در تعداد سطوحی که بابت آن پورسانت پرداخت می‌شود، درآمد شما در این طرح هیچ محدودیتی ندارد.

## طرح‌های Stair Step Breakaway

با طرحی سر و کار داریم که در آن امکان ارتقا درجه وجود دارد تا رسیدن به مرحله ای که در آن از سازمان بالاسری خود جدا می‌شوید و اصطلاحاً به آن Breakaway گفته می‌شود. البته طرح‌های Breakaway بدون ارتقا درجه هم وجود دارند اما بیشتر با حالت Stair Step به کار می‌روند.

در این طرح مانند Uni-Level، اجازه ی Spillover (قراردادن افرادی که شخصاً وارد می‌کنید در سطوحی غیر از سطح نخست) وجود ندارد و نیز تعداد افرادی که می‌توانید در سطح اول خود داشته باشید، نامحدود است. همچنین کسب درآمد بیشتر منوط به داشتن شاخه های متعدد است و معمولاً تعداد سطوحی که بابت آن پورسانت پرداخت می‌شود، محدود است.

در مورد این طرح باید اقرار کرد که معمول‌ترین طرح بین تمام طرح‌های پاداش نتورک مارکتینگ می‌باشد و افراد زیادی با استفاده از آن به درآمدهای بالا رسیده اند.

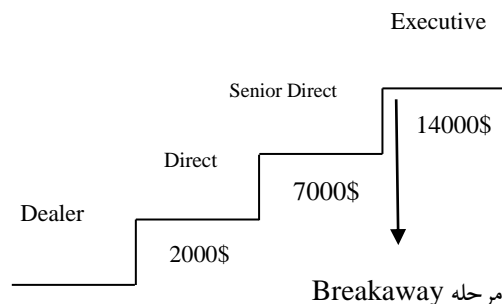
## نحوه‌ی عملکرد این طرح

هر فرد با رسیدن به حجم خاصی از فروش (که حاصل PV و PGV (Personal Group Volume): حجم فروش گروه شخصی) او است)، در مدت زمانی خاص، پله به پله مراحل را پشت سر می‌گذارد تا به مرحله آخر یعنی



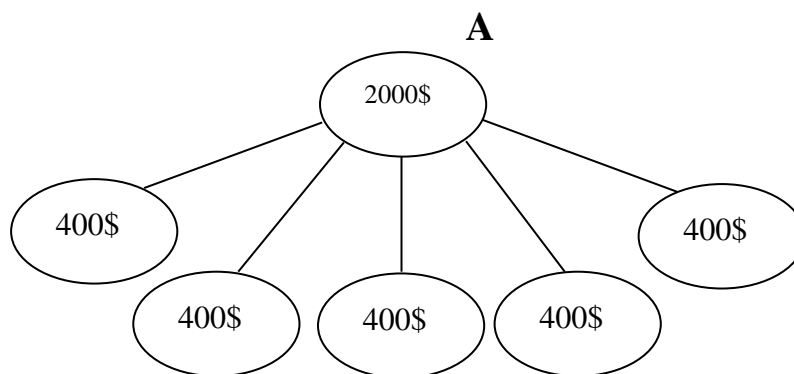
Breakaway برسد (معمولاً ۳ تا ۴ مرحله). برای هر یک از این مراحل تخفیف بیشتری برای عمده فروشی منظور

می‌گردد.



این طرح نمونه ای کاملاً فرضی از یک Stair Step Breakaway است که در آن رسیدن به مرحله Breakaway پس از پشت سر گذاشتن ۳ مرحله دیگر مقدور می‌باشد (تعداد مراحل قبل از Breakaway کاملاً سلیقه ای است و عدد خاصی ندارد). رسیدن به مرحله Breakaway از آنجایی که درآمد بیشتری به دنبال دارد، هدف اصلی هر نتورکر و نماینده مستقلی است.

همان طور که در طرح می‌بینید، رسیدن به هر مرحله حجم فروش خاصی را می‌طلبد:



در این مثال که یک حالت ایده‌آل را نشان می‌دهد، فرد A با مجموع فروشهای ۵ نفری که از آنها حمایت می‌کند به مرحله‌ی Direct می‌رسد.

برای کسب شرایط دریافت پورسانت (اصطلاحاً Qualify شدن)، حجم خاصی از فروش لازم است. طرح‌های Stair Step در صورت نیاز به (Personal Volume: حجم فروش شخصی) بالا برای Qualify شدن، برای بیشتر افراد بالاخص کسانی که پاره وقت کار می‌کنند، می‌توانند بسیار سنگین و سخت باشند.



## مرحله اصلی این طرح و زمینه ساز شهرت آن: Breakaway

بعد از رسیدن به این رتبه (رتبه Breakaway)، پتانسیل درآمدی فرد به شدت افزایش می‌یابد. همان طور که گفتیم، منظور از Breakaway این است که فرد دیگر بخشی از گروه بالاسری خود به حساب نمی‌آید. به عبارت دیگر PGV مورد نیاز برای کسب شرایطی خاص، شامل هر زیرمجموعه‌ای که به مرحله Breakaway رسیده است، نمی‌شود. البته درصدی خاص به طور ماهیانه بابت این Breakaway ها به رهبر سازمان تعلق می‌گیرد. درآمد رهبری با توجه به رتبه فرد، برای تعداد نسلهایی خاص پرداخت می‌شود (مشترک در بین تمام طرحهای Stair Step). مثلاً:

۳ نسل	Direct
۴ نسل	Executive
۵ نسل	Senior Exec.
۶ نسل	Gold Exec.



برای درک مفهوم نسل (Generation) به شکل دقت کنید:

(خود شما هم در مرتبه Executive قرار دارید)

اولین نسل از Breakaway ها \_\_\_\_\_

دومین نسل از Breakaway ها \_\_\_\_\_



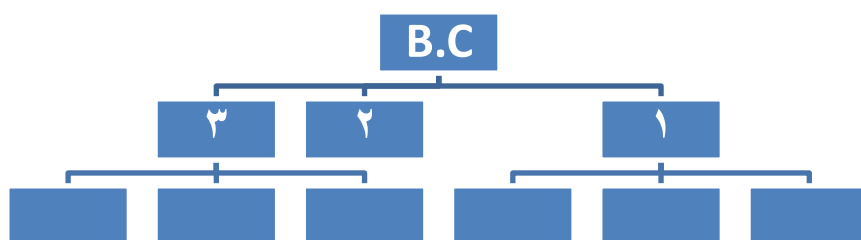
نکته جالب در مورد این طرحها این است که تعداد سطوحی که بابت آن پورسانت پرداخت می‌شود، بسیار زیاد است مثلاً در شرکت X اگر فرض کنیم تا ۹ نسل از Breakaway ها پورسانت پرداخت می‌شود، در نهایت به این نتیجه می‌رسیم که این طرح برای ۳۶ سطح (در حالتی که رسیدن به مرحله Breakaway پس از ۳ مرحله دیگر مقدور می‌باشد) پورسانت پرداخت می‌کند. مقایسه کنید با ماکزیمم مثلاً ۰ اسطحی که در Uni-Level پرداخت می‌شود که این خاصیت، پتانسیل درآمدی بالایی را به Stair Step Breakaway می‌دهد.

در این طرح هم مانند Uni-Level هیچ سقفی برای درآمد ماهانه شما وجود ندارد.

البته باز هم تکرار می‌کنم که خاصیت Stair Step با طرحهای دیگر هم به کار می‌رود و نیز طرح Breakaway بدون امکان ارتقاء مرتبه هم کاربرد دارد.

## طرحهای Matrix

در این طرح، هم تعداد افرادی که می‌توانید در سطح اولتان داشته باشید و هم تعداد سطوحی که بابت فروشهای آن پورسانت دریافت می‌کنید، محدود است (عرض و عمق طرح هر دو محدودند). اما تفاوتی که این طرح با طرحهای Uni-Level و Breakaway دارد، خاصیت Spillover در Matrix است. همان طور که تا اینجا متوجه شده‌اید، در دو طرح پیشین تنها می‌توان در سطح اول افراد را مستقیماً قرار داد اما در Matrix، اگر تعداد افرادی که مستقیماً وارد می‌کنید بیش از تعداد مجاز در سطح اول (عرض طرح) باشد، می‌توانید آنها را در سطوح بعدی قرار دهید که به این حالت Spillover گفته می‌شود. این ویژگی Matrix باعث جذب آدمهای تنبل به آن شده است.



همان طور که در شکل می‌بینید، فردی که شاخه میانی را تشکیل می‌دهد (۲) از دو شاخه‌ی کناری تنبل‌تر است. بالاسری او برای رشد این شاخه خود، چاره‌ای جز قرار دادن کسی زیر دست او ندارد. (با فرض محدود بودن عرض





به ۳). با همان یک نفری هم که ۲ از طریق Spillover از Upline خود می‌گیرد، می‌تواند درآمد داشته باشد در حالیکه خود هیچ کاری نمی‌کند. این نقطه ضعف Matrix در Spillover، در طرح Binary با قرارداد شرط تعادل، جبران شده است.

همان طور که در دو طرح پیشین شرایطی برای دریافت پورسانت از سطوح بیشتری در عمق سازمان وجود داشت، در طرح Matrix نیز چنین شرایطی وجود دارد و در تمام حالات اگر کسی در زیرمجموعه شما به این شرایط دست یابد، شما دیگر واجد شرایط دریافت آن نوع پورسانت نخواهید بود. به این پورسانتها اصطلاحاً Infinity Bonus می‌گویند.

طرحهای Matrix با ابعاد مختلف به کار می‌روند که معمولترین آنها  $9 \times 3$ ،  $7 \times 4$ ،  $7 \times 5$  و  $12 \times 2$  می‌باشند. (عدد اول نشان دهنده عرض و عدد دوم نشان دهنده عمق طرح است) این ابعاد در حقیقت سقف تعداد افراد مجموعه شما را مشخص می‌کنند. برای مثال یک طرح  $9 \times 3$  را در نظر بگیرید: در سطح اول شما، ۳ نفر قرار دارند که هر یک از آنها می‌توانند در سطح اول خود، ۳ نفر داشته باشند در نتیجه سطح دوم شما شامل ۹ نفر خواهد بود و ...

Level	۱	۲	...	۷	۸	۹	مجموع
تعداد افراد	۳	۹	...	۲۱۸۷	۶۵۶۱	۱۹۶۸۳	۲۹۵۲۳

در نگاه اول شاید Matrix نسبت به Breakaway برای سطوح بیشتری پرداخت کند. مثلاً یک Matrix با ابعاد  $12 \times 2$  را در نظر بگیرید و یک Breakaway که برای ۶ نسل از Breakaway ها پورسانت پرداخت می‌کند. اگر در طرح دوم، رسیدن به مرحله Breakaway بعد از ۳ مرحله دیگر مقدور باشد، در نتیجه این طرح مجموعاً برای ۲۴ سطح پرداخت می‌کند یعنی دقیقاً ۲ برابر Matrix فرضی ما.

تعداد شرکت‌هایی که از این طرح استفاده می‌کنند، نسبت به کاربران سایر طرحها بسیار کم است. Matrix هم سقفی برای درآمد تعیین نکرده است.





## طرح‌های Binary

جدیدترین طرح پاداش در نتورک مارکتینگ با جذابیت‌های بسیار. Binary در واقع یک Matrix با ابعاد «بی نهایت» × ۲ است. این ابعاد به این معنی است که تعداد افراد سطح اول شما فقط می‌تواند ۲ نفر باشد و تعداد سطوحی که بابت آن پورسانت دریافت می‌کنید، نامحدود است.

باینری که به آن Balancing Binary lateral (به اختصار BBL) نیز می‌گویند، از طرح‌های پاداش ممنوع در ایران است به همین دلیل راجع به آن صحبت نمی‌کنیم.

## طرح‌های هیبرید Hybrid

بعضی از شرکت‌های نتورک مارکتینگ، دست به ترکیب ۲ طرح با یکدیگر می‌زنند که در این حالت، به طرح آنها هیبرید گفته می‌شود. برای مثال می‌توان از Longevity Network نام برد که در ابتدا از طرحی هیبریدی متشکل از ۲ طرح Breakaway و Uni-Level استفاده می‌کرد اما بعدها طرح خود را به Binary تغییر داد و هم‌اکنون به عنوان یکی از موفق‌ترین شرکتها در زمینه فروش محصولات بهداشتی از طریق Binary، شناخته می‌شود. در ادامه به معرفی برخی شرکت‌های موفق و معتبر در استفاده از انواع طرح‌های پاداش می‌پردازم.

## شرکت‌هایی که از Uni-Level استفاده می‌کنند

لازم به ذکر است که شرکت بیز (بازاریابان ایرانیان زمین) نیز از این طرح پاداش یعنی Uni-Level بهره می‌گیرد که ریز اطلاعات درباره آن را می‌توانید در لینک زیر بدست آورید:

[طرح پاداش شرکت بیز](#)

## ۱- Xango

سال تأسیس: ۲۰۰۲

وب سایت: [www.xango.com](http://www.xango.com)

این شرکت عضو DSA می‌باشد.



## ۲- Freelif International

سال تأسیس: ۱۹۹۵

وب سایت: [www.freelife.com](http://www.freelife.com)

محصولات: انواع مکمل های غذایی

این شرکت عضو DSA می باشد.

## ۳- New Vision USA, Inc

سال تأسیس: ۱۹۹۵

وب سایت: [www.newvision.com](http://www.newvision.com)

محصولات: انواع محصولات کاهش وزن

این شرکت به عضویت DSA درآمده است.

## شرکتهایی که از Stair Step Breakaway استفاده می کنند

### ۱- Amway

سال تأسیس: ۱۹۵۹

وب سایت: [www.amway.com](http://www.amway.com) و [www.quixtar.com](http://www.quixtar.com) (زمان راه اندازی این خواهر اینترنتی اواخر سال

۱۹۹۹ می باشد.)

محصولات: لباس ، لوازم آرایشی، مکمل های غذایی، کاهش دهنده های وزن، خدمات مسافرتی-تفریحی، عطرهای

مختلف، خدمات آموزشی، جواهرآلات، محصولات مخصوص نگهداری حیوانات خانگی و... .

بخشهای مختلف تولیدکننده محصولات: Santinique, Nutrilite, Artistry, Home Care, espring و Icook.

این شرکت نیز از اعضای DSA به حساب می آید.



## Herbalife International Of America, Inc – ۲

سال تأسیس: ۱۹۸۰

وب سایت: [www.herbalife.com](http://www.herbalife.com)

محصولات: کنترل کننده های وزن، مکمل های غذایی و محصولات حفظ زیبایی و جوانی پوست.

Herbalife هم از اعضای DSA است.

**شرکتهایی که از Matrix استفاده می کنند**

## Melaleuca, Inc – ۱

سال تأسیس: ۱۹۸۵

وب سایت: [www.melaleuca.com](http://www.melaleuca.com)

محصولات: انواع محصولات سلامتی چون مکمل های غذایی و کنترل کننده های وزن، محصولات خانگی و ... .

این شرکت عضو DSA می باشد.

## ELKEN – ۲

سال تأسیس: ۱۹۹۵

وب سایت: [www.elken.com.my](http://www.elken.com.my)

محصولات: لوازم آرایشی، مکمل های غذایی و محصولات بهداشتی خانواده و ... .

ELKEN جایی در بین اعضای DSA ندارد.

**شرکتهایی که از Binary استفاده می کنند**

(عمده شرکتهای فعال در ایران از این طرح استفاده می کردند که البته تقریباً تمام آنها سوءاستفاده میفرمودند!)



## Longevity Network – ۱

سال تأسیس: ۱۹۹۵

وب سایت: [www.longevitynetwork.com](http://www.longevitynetwork.com)

محصولات: مکمل‌های غذایی، محصولات بهداشتی خانواده و... .

Longevity هم عضو DSA نیست.

## Usana – ۲

سال تأسیس: ۱۹۹۲

وب سایت: [www.usana.com](http://www.usana.com)

محصولات: انواع محصولات سلامتی چون ویتامین‌ها و مکمل‌های غذایی، محصولات نگهداری پوست

این شرکت عضو DSA می‌باشد.

## Mannatech, Inc – ۳

سال تأسیس: ۱۹۹۴

وب سایت: [www.mannatech.com](http://www.mannatech.com)

محصولات: مکمل‌های غذایی، محصولات نگهداری پوست و کنترل وزن.

این شرکت عضو DSA می‌باشد.

اینها تنها نمونه‌هایی بودند از بیشتر از ۳۰۰۰ شرکت نتورک مارکتینگ مختلف در دنیا که البته فقط ۱۸۷ مورد آنها

عضو DSA هستند (تا آوریل ۲۰۱۲).

اجازه بدهید در پایان از شرکتی نام ببرم که تغییر رویه‌اش نشان از گرایش شدید به نتورک مارکتینگ دارد: Avon.

شرکت عظیم ۳ میلیارد دلاری که با دیگر روشهای فروش مستقیم برای نزدیک به یک قرن به فروش محصولات



آرایشی - بهداشتی مشغول بود. Avon در اواخر سال ۲۰۰۰ با دیدن قدرت عجیب نتورک مارکتینگ، رسماً طرح چند سطحی خود را به راه انداخت.

اگر به دنبال پیوستن به بیزینس محبوب و مشهور نتورک مارکتینگ (MLM یا بازاریابی شبکه ای) هستید، حتماً آدرس زیر را ببینید و بعد تصمیم بگیرید:  
آموزش های حرفه ای به همراه پشتیبانی قوی و محصولات کاملاً منحصر بفرد و محبوب و با کیفیت

