

Marketing De Rede Dicas Para O Sucesso



Trazido Até Si Por
Anderson Silvestre



www.andersonsilvestre.com

Marketing De Rede Dicas Para O Sucesso

"Fazendo Marketing Até Ao Topo"

Termos e Condições Aviso Legal

O escritor esforçou-se para ser o tão exacto e completo quanto possível na criação deste relatório, em todo o caso ele não garante em qualquer altura o conteúdo descrito devido às mudanças rápidas que existem na internet.

Apesar de se ter feito todas as tentativas de se verificar toda a informação nesta publicação, o editor não assume qualquer responsabilidade por erros, omissões ou interpretações erradas deste livro. Quaisquer referencias a pessoas específicas, organizações não são intencionais.

Nos livros de conselhos práticos, tal como na vida, não existem garantias para um rendimento. Os leitores são avisados de fazer o seu próprio julgamento sobre as suas circunstâncias e agir de acordo com isso.

Este livro não tem a intenção de ser usado como conselheiro legal, de negócios ou financeiro. Todos os leitores são aconselhados a procurar serviços de profissionais competentes nos campos legais, de negócios e finanças.

Aconselho-o a imprimir este livro para ser mais fácil de ler.

Capítulo 1

O Conceito de Marketing De Rede

O que é o Marketing De Rede

O Marketing De Rede ou o Marketing Multinível é uma estratégia de marketing que cria uma equipa de distribuidores e uma hierarquia de vários níveis de compensação.

A força de vendas é compensada não apenas pelas suas próprias vendas, mas também com as vendas das pessoas da sua equipa.

As Empresas, tendo uma base de produtos de grande porte, muitas vezes não podem empregar uma força de vendas equivalente; acreditam ser melhor sem a abordagem tradicional.

Por isso, eles implementam o Marketing De Rede para sobreviver à concorrência das multi-nacionais.

O Marketing De Rede é também conhecido como marketing referencial porque utiliza uma rede de clientes individuais para atingir outros potenciais clientes.

Por outras palavras, cada cliente individual serve como um representante de vendas.

Marketing De Rede Vs. Marketing Em Pirâmide

Muitas vezes as pessoas confundem o Marketing De Rede com marketing em pirâmide, no entanto há uma distinção muito clara entre as duas abordagens:

O marketing em pirâmide é para apanharem o seu dinheiro e depois usarem-no para recrutar outras pessoas; no Marketing De Rede, por outro lado, é sobre mover produtos através de uma maior rede de distribuidores para que o negócio possa aumentar com o volume de vendas.

Outra diferença entre o Marketing De Rede e o marketing em pirâmide é que o marketing em pirâmide exige que cada nível duplique antes que um novo nível

seja criado de modo que não é justo para as pessoas nos níveis mais em baixo e também é antiético.

No Marketing De Rede, no entanto, são pagas comissões de prêmio com base no volume de produtos vendidos pelos esforços de venda próprios, bem como da sua organização.

Como um novo negócio de Marketing De Rede enfrenta os riscos de que ao iniciar ainda não foi testado pelos clientes, ele não é reconhecido, e as pessoas preferem esperar um par de anos antes de aderir.

Assim, eles também podem verificar o historial da empresa e ter confiança.

Crescimento Dentro das Empresas De Marketing De Rede

Numa oportunidade de Marketing De Rede, ter uma rede grande, traz perspectivas de maior crescimento porque os membros ficam entusiasmados para introduzir mais pessoas.

Além disso, aqueles que têm resultados rápidos são encorajados a partilhar as suas experiências com os seus colegas.

Isto é porque as melhorias no desempenho de novos distribuidores resultará em maiores lucros.

Assim, as grandes oportunidades de rendimentos podem ser aproveitadas nas empresas Marketing De Rede.

A única chave é escolher um produto ou serviço de sucesso, de tal forma a que você o prefere para si mesmo mesmo que não estivesse no negócio.

CAPÍTULO 2

Compreender a Situação Do Marketing De Rede e As Oportunidades

O Marketing De Rede é de facto uma revolução na Distribuição.

A evolução do Marketing De Rede tem promovido uma mudança de paradigma nos negócios que mudou notavelmente as formas tradicionais através da qual um produto é comercializado e distribuído para os usuários finais.

O Marketing De Rede eliminou a necessidade de exigir armazéns adicionais, atacadistas e varejistas e os orçamentos de publicidade, tornando-o como um dos métodos de mais baixo custo de comercialização.

Assim, este novo modelo de marketing liberou um monte de dinheiro que antes era comido pelos enormes orçamentos de publicidade e estes fundos agora podem ser utilizados através do desenvolvimento de produtos inovadores e melhores.

O Âmbito do Marketing De Rede

A técnica do marketing de rede incorpora vários níveis de comercialização que se estendem para massas de clientes em potencial e isso é o que realmente o que todas as empresas desejam: chegar ao número máximo de prospectos.

Especialmente com o advento do internet marketing, o alcance do Marketing De Rede atingiu o ápice.

Empresas em diversos sectores como os produtos de cuidados de saúde, beleza e linhas de cuidados com a pele, cosméticos, suplementos e outros não poderiam sobreviver a longo prazo sem a implementação de estratégias de marketing de rede.

Destacando o âmbito do marketing de rede , Michael L. Sheffield, o CEO daSheffield Research Network, uma empresa de consultadoria de marketing de rede e venda direta, na sua revista de Vendas Diretas, edição de Fevereiro / Março de 1999, escreveu um artigo intitulado "Conversão de Plano de

Pagamentos Nas Vendas Diretas e Marketing De Rede ", no qual ele afirmou que o Marketing De Rede introduziu uma mudança de paradigma nos negócios de venda direta tradicional e com a revolução da internet o sucesso das empresas Marketing De Rede tem levantado muitas prespectivas.

Ele ainda citou a declaração produzida por Neil Offen, presidente da Associação De Venda Directa, que o Marketing De Rede foi de 25 por cento de adesão na Associação De Venda Directa em 1990 para 77,3 por cento em 1999.

Oportunidades De Marketing de Rede

O Marketing De Rede é uma carreira de oportunidades incontáveis e com perspectivas de crescimento na economia.

Hoje o marketing de rede não é apenas visto como uma das fontes mais rentáveis e eficientes de marketing e de distribuição de produtos para aumentar as suas vendas, lucros e conduzir negócios, mas também é considerado uma fonte de criação de emprego na economia.

Como mais e mais pessoas estão a mover-se para e-marketing e e-vendas, o Marketing De Rede está criando um conjunto de oportunidades e de emprego e é considerado uma fonte de rendimentos residual para um número enorme de pessoas em todo o mundo, incluindo estudantes, desempregados, e para mulheres especialmente as donas de casa.

Não só isso, o Marketing De Rede oferece uma variedade de benefícios para as empresas alcançarem o máximo de lucros.

CAPÍTULO 3

Compreender o Modelo De Marketing De Rede

Como já discutimos anteriormente o Marketing De Rede é também conhecido como Marketing Multinível e como o nome indica tem diversos números de pessoas (e / ou redes) comercializando um ou mais produtos para os consumidores.

Em palavras muito simples numa empresa de multinível inscreve pessoas que ficam representantes da empresa (por vezes referidos como distribuidores ou franquia), que executa as seguintes tarefas básicas.

- Em primeiro lugar ganhar clientes e gerar vendas.
- Em segundo lugar gerando, recrutamento e formando outras pessoas como representantes de vendas para conseguir clientes e gerar vendas.

Vamos discutir em detalhes como o modelo de marketing de rede funciona?

O Modelo Multinível

O modelo de quatro passo seguinte irá demonstrar como um modelo de marketing multinível funciona:

1ª Etapa – Distribuidores Ganham Clientes

Inicialmente, a Companhia de Marketing De Rede nomeia um representante de vendas e / ou distribuidor, cujo principal motivo é para vender o produto ou serviço para os clientes em potencial.

O número inicial de clientes que ele tem que ter varia de acordo com o plano da empresa e a estrutura de pagamento de comissões.

Mas geralmente é melhor para obter tantos clientes quanto uma pessoa possa acompanhar de forma eficaz e poder repetir as vendas para eles.

Também se a sua empresa paga melhor por treinar outras pessoas obter mais clientes do que como um vendedor de Marketing De Rede você deve limitar os seus esforços na obtenção de apenas alguns clientes nesta fase e com o foco em próxima etapa que é treinar outros para promover as vendas.

Esta estratégia é muito apropriada para empresas que pagam a você para "duplicar o seu eu".

2ª Etapa: Treinar e recrutar Uma Pessoa Como Representante De Vendas:

Depois de gerar alguns clientes e fazer vendas como é feito em marketing direto normal ou em vendas diretas, o trabalho de marketing multi-nível seguinte é treinar uma pessoa para agir como representante de vendas e convencê-lo a trazer mais prospectos gerando mais vendas para a empresa.

Esta pessoa será chamada de sua downline (ou equipa).

Aqui o seu papel é de um recrutador, em vez de um varejista ou distribuidor.

Etapa III: Você ensina o distribuidor a treinar e a recrutar outras pessoas como representantes de vendas:

Uma vez que o seu representante de vendas obtenha o número suficiente de clientes e gera vendas suficientes, é hora de você treiná-los para obter um representante de vendas.

O seu trabalho como um líder tem agora múltiplas dimensões, tais como gerar vendas adicionais, treinamento de futuras pessoas para se tornarem representante de vendas e treinamento do representante de vendas para treinar as pessoas como representante de vendas.

O foco dos seus esforços estão novamente dependes de seu plano de comissões, você como marketeiro irá concentrar os seus esforços onde você pode ter maiores comissões.

Etapa IV: Repita os passos acima para gerar uma rede:

Quando você recrutar e treinar os seus representantes de vendas para treinar mais pessoas e gerar mais clientes, você pode recrutar outro representante de vendas e seguir o mesmo procedimento para fazer outra rede de distribuidores no seu grupo

Esta é a razão porque é chamado multi-nível ou Marketing De Rede e, portanto, as empresas por meio das táticas de Marketing De Rede podem não só gerar clientes de confiança, mas também podem fazer chegar os seus produtos e / ou serviços às massas com custos mínimos e em um período relativamente curto de tempo em comparação com os métodos de marketing tradicionais.

O procedimento acima explica bem o modelo de marketing de rede, mas porque sempre mais fácil ver do que conseguir?

Ou como é possível para uma empresa promover marketing de rede?

Um plano de compensação bem projectado é a única resposta para as perguntas acima.

No nosso próximo capítulo, vamos discutir as diretrizes para desenvolver um plano de compensação efetivo.

Capítulo 4

Dicas Para Desenvolver Um Plano De Compensação Adequada

Como já discutimos anteriormente o marketing de rede é simplesmente um modelo de negócio para a movimentação de produtos e serviços que vai desde a produção até ao consumidor através de uma rede de distribuidores independentes com um plano de pagamento de comissões com diversos níveis.

Uma vez que os distribuidores podem recrutar outros distribuidores e criar equipas que trabalham em conjunto, o plano de pagamento é um pouco mais complexo.

Em qualquer empresa de Marketing De Rede a chave fundamental para impulsionar o Marketing De Rede e orientar a força de marketing na direção necessária para produzir os melhores resultados é o plano de compensação.

Planos de comissões ou planos de compensação são como as empresas Marketing De Rede recompensam a produção de um distribuidor que dirige o canal de distribuição para maximizar os lucros.

Estratégia de Remuneração básica

É essencial destacar que cada empresa é diferente e que cada um tem planos de comissão diferentes, algumas das quais parecem complexos ou complicados demais.

No entanto, a estratégia de remuneração base tem que ter os seguintes componentes básicos.

Comissões de Vendas:

Como o próprio nome indica as comissões vendas são as destinadas para motivar o profissional de marketing para gerar vendas. É a comissão com

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

