

КОММЕНТАРИИ

1. СУЩЕСТВУЮЩИЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В МИРЕ.

Продажи бывают оптовые и розничные. Оптовые продажи осуществляются крупными партиями между хозяйствующими субъектами (обычно цена зависит от объема). При розничной реализации происходит непосредственный контакт с конечным потребителем товара. Цена формируется с учетом всех издержек (склад, торговый зал, торговое оборудование, транспортные, зарплата персоналу, налоги, реклама, прочее и часть уходит в прибыль).

Розничную реализацию товаров осуществляют двумя основными методами:

- **линейным методом** с использованием всевозможных магазинов, торговых точек, складов и т.п.;
- **сетевым методом** с применением консультационных центров, торговых точек и **сети дистрибьюторов информации.**

При линейном методе реализации, **весь доход от хозяйственной деятельности в полном объеме поступает владельцам линейного магазина.**

При сетевом методе реализации **доход идет как владельцам торговых точек, так и дистрибьюторам, помогающим реализовывать этот товар.**

Таким образом, сетевые компании, более социально ориентированы, чем линейные магазины, так как их покупатели (потребители) товаров посредством передачи достоверной информации от человека к человеку могут участвовать в процессе продвижения товаров и получать за это соответствующие доходы.

2. ЧЕМ В ПРИНЦИПЕ ОТЛИЧАЕТСЯ ЛИНЕЙНЫЙ БИЗНЕС ОТ СЕТЕВОГО БИЗНЕСА В СОСТАВЕ «КООПЕРАЦИИ ДОБРОМИР»?

2.1. На любом рынке есть понятие **«цена на рабочую силу»**. Что это такое?

Для линейных работодателей «цена или затраты на рабочую силу» по своей сути ничем не отличается от затрат на сырье, тару, аренду, станки и т.д. Все это - издержки производства. К примеру, если слесарь - трубопроводчик пятого разряда на определенном рынке труда «стоит» 50 000 рублей в месяц, то никто из работодателей на этом же рынке не станет ему платить 120 000 рублей.

То же самое происходит и в коммерческой деятельности. Любой владелец линейного магазина заранее знает, какой процент от оборота платить от того или иного товара, чтобы выйти на «средне рыночную цену» для продавца.

Таким образом, «цена на рабочую силу» на любом рынке всегда складывается от спроса и предложения (как и на любой товар). Иными словами, **человек, работающий в линейной системе, всегда будет получать зарплату в зависимости**

от того, какая складывается «цена на его рабочую силу». При этом некоторые люди думают, что их рабочее место никогда и никуда не денется. На самом деле технический прогресс, возрастающая конкуренция, кризисы способствуют снижению спроса на рабочую силу. Поэтому любому человеку важно и целесообразно рассматривать варианты дополнительных источников дохода.

В сетевом методе «Кооперации Добромир» отсутствует понятие «цена на рабочую силу». Созданная структура может приносить любому человеку сетевой доход (негосударственную пенсию) постоянно и безо всяких ограничений. В этой системе человек имеет больше свобод, у него больше возможностей для самореализации и т.д.

- 2.2. Многие линейные магазины посредством огромных затрат на рекламу и на дорогие торговые площади приглашают своих покупателей с одной целью - увеличить собственную прибыль за счет финансов покупателей. При этом никаких доходов покупатели не имеют. В лучшем случае им предоставляются скидки.

Предприниматели в составе «Кооперации Добромир» *существенно* делятся своими доходами с потребителями. Наши предприниматели (владельцы дилерских центров) говорят своим потребителям: *«Приходите к нам, покупайте товары с лучшим соотношением цены и качества. При этом зарабатывайте вместе с нами, участвуйте в строительстве нашего совместного дела».*

- 2.3. *В чем основной смысл и сила сетевого метода?*

Для ответа на этот вопрос, надо понять какими важными ресурсами располагает любой человек? Конечно же - это время, связи и способности. *Когда человек грамотно и целенаправленно строит свою структуру, время, связи, способности и усилия многих людей работают в его интересах. Причем, после вложенных личных усилий, планомерной подготовке убежденных кадров, неизбежно наступает такой момент, когда развитие структуры и увеличение доходов происходит без личного участия организатора.* Если Вы осознаете смысл и глубину этой формулировки, Вы увидите реальную перспективу этого дела. После этого включайтесь в процесс, изучайте соответствующую литературу, разрабатывайте личную тактику и стратегию, вникайте в тонкости дела и *действуйте.*

3. ОСНОВНАЯ СУТЬ МЕТОДА ПРОДВИЖЕНИЯ «КООПЕРАЦИИ ДОБРОМИР».

Начнем с того, что существующий материальный и духовный мир очень богат. В нем есть все. В том числе, всевозможные товары, недвижимость, продукты, развлечения и т.д. *Весь вопрос в методе получения этих ценностей.* Кто-то, ворует, кто-то, берет взятки, используя служебное положение, а кто-то «лезет из кожи», пытаясь честно заработать, для того чтобы обучить детей и прокормить семью. *К счастью Бог видит все и перед Ним каждый в конечном итоге отвечает за свои мысли и поступки самостоятельно.*

«Кооперация Добромир» разработала свою легальную и справедливую бизнес модель, которая объединяет *две идеи: развитие кооперации и многоуровневого сетевого метода продвижения товаров и услуг к конечным потребителям по конкурентным ценам.*

Почему любому человеку, предпринимателю выгодно быть партнером «Кооперации Добромир»? Почему именно в этой системе можно честно получать достойные вознаграждения за свой труд?

Ответ такой:

- 3.1. **«Кооперация Добромир» - дело богоугодное.** В основе идеологии кооперации: добро, мир, профессионализм, созидание, взаимопомощь и взаимная выгода.
- 3.2. **Легальность** отношений между физическими и юридическими лицами регламентирована Законом о потребительской кооперации, Гражданским Кодексом и Конституцией.
- 3.3. «Кооперация Добромир» - **добровольное объединение** физических и юридических лиц. В чем конкретно и в простом виде выражена мотивация к такому объединению?
 - У людей всегда есть и будет желание приобретать как эксклюзивные, так и неэксклюзивные товары, и услуги по ценам ниже рыночных.
 - У людей с активной жизненной позицией всегда есть и будет потребность зарабатывать деньги, получать дополнительную негосударственную пенсию.
 - У предпринимателей всегда есть и будет стремление донести свою услугу или товар до конечного потребителя. При этом технология кооперации позволяет увеличивать скорость оборота финансовых ресурсов, снижать издержки, следовательно – иметь потенциальную возможность для снижения цены, и в итоге быть конкурентно способными на рынке. **Потребители кооперации, являясь сетью оплачиваемых агентов, помогают предпринимателям.**

Технология кооперации позволяет продвигать широкий ассортимент товаров (экологически чистые продукты питания, товары для здоровья, моющие средства, автохимия, товары для дачи, детские товары, удобрения, инструмент, кухонная утварь, стройматериалы и т.д.), а также большой спектр услуг **по конкурентным ценам, как с линейной системой продвижения, так и с любой сетевой системой.**

- 3.4. Потребители кооперации могут проявлять инициативу, трудолюбие и искать на любом рынке лучших производителей, менеджеров, предпринимателей, инвесторов для создания различных по назначению дилерских центров. В этой системе каждый человек (пенсионер, инвалид, педагог, доктор наук, узкий специалист, состоявшийся предприниматель, инвестор и т.д.) может проявить свои деловые способности, наработать нужные связи, задействовать их и эффективно строить свою структуру, следовательно - получать постоянно увеличивающийся доход.
- 3.5. Идея, принцип действия системы, мотивация партнеров кооперации способствуют как к количественному росту специализированных дилерских центров, так и к динамичному развитию единой потребительской сети. При этом степень заинтересованности всех участников кооперации (начальных инвесторов, владельцев дилерских центров, узких специалистов и потребителей) рассчитана в оптимальном виде, без ущемления какого-либо партнера. Причем, **чем шире ассортимент товаров и услуг с лучшими ценами на рынке, тем это привлекательнее для новых потребителей кооперации. Чем больше потребителей, тем проще продвигать свои товары и услуги предпринимателям и узким специалистам.**

3.6. Основная суть технологии: человек потребляет необходимые ему товары и услуги, в том числе и по оптовым ценам отдельных производителей, передает информацию своим знакомым – именно этим помогает кооперации, а кооперация в многократно большем размере помогает человеку.

В данных комментариях мы не будем говорить о значении личностного, профессионального и духовного роста человека. Каждый понимает или должен понимать насколько это важно.

Умение организовать свой труд, планировать время, обладать искусством общения и т.д. – эти знания также важны и необходимы, но Вы их сможете найти в сотнях всевозможных книг и на десятках всевозможных бизнес - семинарах.

Партнеры «Кооперации Добромир» предлагают внимательно **изучить конкретную технологию достижения успеха.**

Покажем на простых примерах, как любой партнер кооперации может динамично развивать свою структуру и, как следствие, иметь постоянно растущий сетевой доход.

Пример 1. Вы не хотите самостоятельно строить структуру. Поначалу Вы видите себя в составе кооперации только потребителем, т.к. постоянно расширяющийся ассортимент товаров и услуг, а также цены со скидками Вас устраивают.

При наличии таких данных **Вы реально сможете развивать свою структуру.** Как? В вашем окружении наверняка найдутся активные люди, обладающие искусством продаж или специалисты сетевого бизнеса. Подписав одного - двух хороших специалистов, Ваша структура будет успешно развиваться, приносить постоянно растущий доход.

Что для этого надо? Изучите технологию формирования цены для члена кооперации на любой товар или услугу, убедитесь в простоте Правил и Маркетинг - плана, **правильно донесите информацию до нужного человека.** Так как, именно система «Кооперации Добромир» имеет целый ряд явно выраженных достоинств и хорошую перспективу развития – подписать опытного человека несложно.

Пример 2. Вы – честный, доброжелательный и в меру коммуникабельный человек. Этого достаточно чтобы стать, например, - курьером одного или нескольких дилерских центров кооперации. **Курьер данной компании – это дипломат с отличной перспективой динамично строить свою структуру.** В момент передачи товара у Вас всегда будет возможность расположить человека к себе, установить с ним личный контакт, провести мини презентацию о поставленном товаре (ведь при дефиците времени именно эта информация может заинтересовать клиента в первую очередь). Даже если Вам удастся подписывать каждого пятого потребителя в свою структуру, очень скоро Ваши сетевые доходы станут превышать доходы, полученные от услуг доставок.

Пример 3. Вы - энергичны, коммуникабельны, обладающий искусством дипломатии человек. У Вас нет финансовых ресурсов для того, чтобы открыть

собственный бизнес, но Вы очень стремитесь к финансовому благополучию. Возможно, используя именно метод «Кооперации Добромир», Вы сможете этого достичь.

Что для этого надо? Внимательно изучите технологию. Убедитесь в простоте и справедливости системы. **Поймите, что любому перспективному предпринимателю, производителю (оптовому поставщику) нужны: сбыт, потребители и скорость оборота финансовых ресурсов.** Поэтому выгода такого предпринимателя работать совместно с кооперацией совершенно очевидна. Вы можете целенаправленно искать такого клиента. Соберите предварительную информацию о компании. Самостоятельно произведите мониторинг ценовой политики, проанализируйте качество товара. Убедитесь в порядочности людей, с которыми предстоит встретиться. После этого смело езжайте к оптовику, на завод, грамотно проведите переговоры с начальником сбыта. **Попросите у него список предпринимателей, которые успешно продвигают их продукцию линейным методом.** Если Вы проведете 5 – 7 встреч с разными предпринимателями, как минимум один человек согласится работать совместно с кооперацией. Подпишите его под себя. Действующий павильон или магазин перейдет на сетевой метод продвижения. **Не забудьте скрепить Ваши узы стальной цепью.** Для этого создайте «ключевое звено совместной деятельности», т.е. правильно выполните очередность подписания ключевых людей в Вашу структуру, а именно: Вы, далее директор производства или его начальник сбыта, далее директор специализированного дилерского центра (доверенное лицо директора или начальника сбыта данного производства). В подобном случае производитель сможет самостоятельно создать свой дилерский центр в любом регионе, под своей торговой маркой. К примеру, центр (без образования нового юридического лица) может иметь название и звучать так: **«ООО «Колбасы Кубани» в составе Кооперации Добромир».** После этого Ваша структура начнет развиваться динамично. При подобной схеме никто и ничем не рискует, а выигрывают все.

Пример 4. Вы – хороший узкий специалист по монтажу дверей, окон, сантехники (или любой другой специалист). Работая в системе кооперации, **целая сеть вышестоящих потребителей (агентов) постоянно заинтересована искать для Вас клиентов.**

Пример 5. Вы - очень активный позитивно настроенный человек. Успешно занимаетесь прямыми продажами через любую торговую точку, у метро, в электропоездах и т.д. Для «Кооперации Добромир» любой труд, который востребован и приносит пользу людям, достоин уважения.

Пожалуйста, ответьте на простой вопрос. Вы сможете профессионально в одно и то же время консультировать и продавать: спецодежду, удобрения, постельное белье, бижутерию, электроинструмент, продукты питания, средства гигиены, стройматериалы и т.д., а также вести монтаж труб, видеосистем, оказывать юридические услуги и т.д.? Не трудно догадаться, какой будет ответ. Если Вы решите работать совместно с «Кооперацией Добромир» и

продавать через организованный Вами мини - дилерский центр, к примеру, постельное белье, то **Вы убьете двух зайцев одновременно, а именно:**

- **Увеличите свой доход и скорость оборота собственных финансовых ресурсов**, так как целая вышестоящая потребительская сеть агентов будет заинтересована рекомендовать своим друзьям, знакомым покупать товар именно у Вас.
- **Сетевые доходы от создаваемой вами структуры будут постоянно увеличиваться.** Ведь потребители Вашей структуры в последующем будут покупать любые другие товары из других специализированных центров кооперации. В Вашей структуре наверняка будут создаваться другие по назначению центры, окажутся хорошие узкие специалисты, оказывающие всевозможные услуги. Таким образом, Вы будете получать сетевые доходы от реализации любых товаров и услуг кооперации **из глубины до 28 уровней включительно.** Совершенно очевидно, что эти сетевые доходы со временем будут значительно выше, чем, если бы Вы работали самостоятельно, забирая торговую наценку за проданное постельное белье в размере 100% (смотри пример №3 в Маркетинг-плане).

Пример 6. Вы - позитивно настроенный человек, но, к сожалению, инвалид. Желаете влиться в кооперацию и приносить пользу, как себе, так и обществу. Что для этого надо? Внимательно изучите Маркетинг-план и Правила кооперации. Задайте нужные вопросы. **Научите своего инициативного трудоспособного знакомого, соседа, родственника, что и как нужно делать**, подпишите его под себя. Таким образом, Вы сможете создать любое «ключевое звено совместной деятельности». Ваша структура начнет расти и приносить постоянно растущий сетевой доход.

Пример 7. Вы энергичны и коммуникабельны. Вы стремитесь получать постоянно растущий дополнительный доход. Что для этого надо? Внимательно изучите технологию. Правильно донесите информацию директору какого-либо действующего линейного магазина. Организуйте торговый «островок» (от одного до пяти метров квадратных). При этом, создайте «ключевое звено совместной деятельности», а именно: Вы, далее директор линейного магазина, далее директор мини - дилерского центра, то есть способный продавец - консультант. Останется только выбрать, какой товар или услугу рекламировать и продвигать. В этой схеме никто и ничем не рискует, а выигрывают все. Почему? **Часть покупателей будет приходить под товар, продаваемый линейным методом, а другая часть – под товар, продвигаемый сетевым методом.** В целом бизнес директора такого линейного магазина станет более успешным. Ваша структура станет хорошо развиваться.

Пример 8. Вы производитель (к примеру, производите изоляционные материалы). Ваш продукт хорошего качества и продается он уже давно по линейным схемам. Вас интересует вопрос выхода на другие рынки сбыта? Вас интересует вопрос расширения производства и увеличения сбыта? Что для этого надо сделать? Внимательно изучите технологию. Вступите в кооперацию. Организуйте на своей территории (или на любой другой территории) собст-

венный дилерский центр, назначьте способного доверенного человека в качестве директора. Если Ваше предприятие называется, к примеру, ООО «Теплый дом», то центр будет называться: **ООО «Теплый дом» совместно с Кооперацией Добромир»**. С этого момента Ваш сбыт будет происходить **по двум методам как линейному, так и сетевому**. Для организации сетевого метода потребуется лишь небольшая скидка для дилера, которая и будет «маржей кооперации». Таким образом, ценовая политика сетевого и линейного продвижения будет единой. Сбыт в целом начнет увеличиваться. **Ваша продукция станет более востребованной и в других регионах**. Бизнес в целом станет более успешным.

Пример 9. Вы уже приняли решение быть потребителем и союзником «Кооперации Добромир». Теперь стоит вопрос: Как обеспечить эффективный рост Вашей структуры и, как следствие, постоянно увеличивать сетевые доходы. Что для этого надо? Внимательно проанализировать какие товары или услуги уже представлены в кооперации. Вы можете целенаправленно искать достойного производителя нового по назначению товара, который по качеству и ценовой политике может быть очень хорошо востребован потребителями кооперации в любом регионе.

Согласитесь, производителю все равно, по какой системе будет продвигаться его товар. Главное, чтобы товар доходил до конечного потребителя, и производитель своевременно получал свои деньги. Поэтому правильно и квалифицированно проведите переговоры, донесите суть технологии. Сделайте акцент на то, что **при входе в состав «Кооперации Добромир» производитель абсолютно ничем не рискует и ничего не теряет**, так как он будет, как и прежде, самостоятельным хозяйствующим субъектом. Он также может не отказываться от ранее наработанной линейной системы продвижения. Ему следует предложить организовать еще и сетевой метод реализации.

Если сложно «достучаться» до первого руководителя, создайте необходимое ключевое звено совместной деятельности. Доверенные лица производителя смогут донести информацию до первого руководителя. Руководитель может принять решение о переводе одного из собственных действующих линейных магазинов на сетевую систему продвижения, либо организовать новую розничную точку (дилерский центр) в составе «Кооперации Добромир».

Вряд ли найдется предприниматель, который не мечтал бы иметь армию консультантов и потребителей, активно работающих на процентах и внедряющих продукцию на рынок, тем самым, преумножая доход его организации.

При подобном подходе, Ваша структура станет активно развиваться, а сетевые доходы постоянно увеличиваться.

Пояснение 1. Вы искренне поверили в технологию и систему «Кооперации Добромир». В Вашем регионе имеется производитель очень хороших товаров. Заключите трудовой договор с данным производителем с оплатой труда по договоренности. Проведите грамотно переговоры об организации дилерского центра данного производителя в составе кооперации. **Возьмитесь за личное воплощение этой идеи в жизнь**. При положительном решении вопроса дилерский центр будет создан за счет средств производителя. Вы станете получать заработную плату и динамично развивать свою структуру. При этом не забудьте закрепить свои рабочие узлы и создайте ключевое звено совместной деятельности, то есть подпишите необходимых людей производителя в свою

структуру.

Пояснение 2. Допустим, Вы приложили огромные усилия, подключили свои связи, вследствие чего решается вопрос о переводе одного из линейных магазинов лучшего производителя мясных деликатесов на сетевой метод, либо создается новый дилерский центр в составе кооперации. Будет ли успех и увеличивающийся товарооборот у данного дилерского центра? Для этого разберем на простом примере, возникнет ли желание у рядового покупателя Иванова рекомендовать данный сетевой магазин своим соседям, друзьям и родственникам? Ведь подписав в первый уровень своего соседа Сидорова в состав кооперации, Иванов при потреблении Сидоровым одного килограмма колбасы в месяц получит всего лишь 30 - 50 рублей сетевого дохода. Но не забывайте, что **Сидоров станет партнером целой кооперации, то есть системы с огромным количеством и различных по назначению дилерских центров.** Совершенно очевидно, что рано или поздно Сидоров начнет приобретать как требующиеся ему другие товары, так и пользоваться необходимыми ему услугами. Главное, чтобы цена, качество товаров и услуг были приемлемы.

Таким образом, сетевой доход у Иванова от потребителя Сидорова будет далеко не сорок рублей, тем более, что Сидорову выгодно развивать свою структуру и дальше. При развитии Сидоровым своей структуры, Иванов станет получать доходы со второго, третьего и т.д. уровней. Таким образом, со временем десятки рублей сетевого дохода могут перерасти в сотни, сотни – в тысячи и т.д. Следует заметить, что цена для потребителей кооперации с учетом скидки всегда будет лучшей (это обязательное условие для сотрудничества с дилером). Никакого навязывания или «лохотронства» нет и не будет. Ответьте на вопрос. Когда Вы покупаете любой товар в линейном магазине, у Вас возникает мысль, что Вам что-то «впарили»? Конечно же, нет. В сетевом магазине (дилерском центре) в составе «Кооперации Добромир» также не возникнет такой мысли. **Нравится товар – покупаете, не нравится – не покупаете. Выбор всегда остается за потребителем.**

Пример 10. Вы - предприниматель и производитель больших, качественных праздничных тортов. Вам нужен постоянный пакет заказов? Что для этого надо? Внимательно изучите технологию кооперации. Заложите необходимую норму прибыли в оптовую цену тортов. Организуйте собственную розничную точку в составе «Кооперации Добромир». При этом создайте ключевое звено совместной деятельности, а именно: Вы, далее ведущий специалист Вашего производства, далее доброжелательный и ответственный консультант, либо директор Вашего дилерского центра. Каждый новый потребитель товара будет включен в Вашу структуру. Таким образом, Вы будете более эффективно продвигать свой товар, а также получать доход как от своего производства (заложенный в оптовой и розничной цене), так и постоянно растущий сетевой доход от потребителей Вашей структуры широкого спектра товаров и услуг, которые продвигаются (или будут продвигаться) в составе «Кооперации Добромир».

Заключение: *Находить варианты для развития своей структуры, производить поиск инвесторов, подготовку кадров и т.д., каждый партнер осуществляет самостоятельно, либо при помощи своих верхних спонсоров. При этом всегда должен предусматриваться принцип доброжелательности и взаимной выгоды.*

4. ОТЛИЧИЕ ФИНАНСОВОЙ ПИРАМИДЫ ОТ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА.

К сожалению, многие люди не видят разницы между финансовой пирамидой и сетевым маркетингом. Называют эти два совершенно разные по своей сути явления одним, почему-то пугающим для них словом - «пирамида».

На самом деле, в обществе большинство управленческих структур строится по принципу именно пирамиды и это правильно, так как эта модель наиболее устойчива. Сетевой маркетинг – это также общественная пирамида, *это добро* и поэтому он легален практически во всех странах мира. Финансовые пирамиды – *это зло* и поэтому они запрещены. **Как отличить добро от зла?** В сетевом маркетинге существуют товарно-денежные отношения (по формуле: товар – деньги). В финансовой пирамиде – денежные отношения (по формуле: деньги – деньги).

Используя сетевой метод, можно решать многие социально важные задачи. **В данной бизнес модели не бывает пострадавших.** Многие сетевые компании с мировым именем рентабельно и успешно работают десятки лет. Такие компании и их дистрибьюторы платят налоги. *Эта деятельность выгодна и безопасна, как людям, так и государству.*

Развитие финансовых пирамид происходит посредством выплаты высоких гонораров участникам за счет вновь приглашенных ими людей, а не за счет успешной хозяйственной деятельности предприятия. При этом у самой организации (юридического лица) общая кредиторская задолженность перед всеми своими партнерами постоянно растет. Чем больше участников в финансовой пирамиде и документальных обязательств перед ними, тем больше в ее балансе отрицательное сальдо (финансовая «дыра»). Поэтому рано или поздно такую пирамиду обрушивают. При этом большая часть вкладчиков теряют свои деньги, так как на определенном этапе рассчитываться с вновь зарегистрированными клиентами нечем, ведь все деньги уходят на вознаграждения владельцам «бизнеса» и верхним партнерам. В подобном умышленном и осознанном мошенничестве в первую очередь виновны организаторы, их лидеры являются соучастниками аферы, все остальные люди – потенциальные жертвы. В какой момент произойдет обрушение финансовой пирамиды – никто из обычных партнеров не знает.

Таким образом, очень важно знать и понимать разницу между финансовой пирамидой и сетевым маркетингом. Вычислить финансовую пирамиду обычным людям не просто, так как для ее развития используют элементы сетевого маркетинга, а деятельность подается под видом развития каких-либо очень привлекательных инвестиционных проектов. Для установления истины, необходимо тщательно изучить баланс предприятия за несколько лет, то есть - знать движение всех активов. Если, общая кредиторская задолженность предприятия (отрицательное сальдо) из квартала в квартал постоянно растет – значит перед Вами финансовая пирамида, которая в любой момент может лопнуть. **При этом очень большие доходы для верхних участников могут обернуться бедой для нижних партнеров. Нельзя построить личное истинное счастье на беде других людей.** Поэтому в такие игры, как бы они не были на первый взгляд привлекательны, играть не следует, они аморальны.

Теперь давайте поговорим о проблемах в сетевом маркетинге. К сожалению, здесь также встречаются недобросовестные организаторы, которые своими действиями дискредитируют величайшую идею сетевого бизнеса в целом. Как? Некоторые компании для обеспечения больших собственных доходов и высокой мотивации дистрибьюторов взвинчивают цены на триста, пятьсот и более процентов от цен производителей. При этом, так называемый эксклюзивный товар, практически с теми же характеристиками зачастую можно найти в линейной системе под другой торговой маркой по цене в два, в три раза дешевле.

ле. Такие компании в народе называют - «лохотроны». В линейной системе также не редко встречаются «лохотроны». Потенциальным покупателям советуем быть более рациональными в своем выборе, лучше изучать рынок, тщательнее анализировать соотношение «цена – качество» и по возможности не переплачивать.

В целом же - сетевой бизнес из года в год становится более популярным. Успешная деятельность очень многих сетевых компаний вызывает чувство уважения к ним. Желаем им дальнейших успехов и благополучия.

5. ТОВАРНЫЙ ЗНАК ПО «КООПЕРАЦИИ ДОБРОМИР».

Древнейшие наскальные рисунки с изображением Цветка Жизни были найдены более чем в двадцати различных местах нашей планеты. Таким образом, Цветок Жизни связывал и связывает воедино различные культуры, религии, страны и народы.

Геометрия Цветка означает единство духовного и материального, это один из явных знаков проявления на Земле Божественного Сознания.

Энергия Цветка Жизни направлена на гармонию, любовь и созидание.

Почему в качестве официального товарного знака «Кооперации Добромир» был избран сакральный символ Цветок Жизни? Если внимательно изучить все имеющиеся материалы о Цветке Жизни, вдуматься, то при помощи этого знака можно объяснить многие явления, творения или процессы в жизни. В нашем случае – это кооперация и сетевой метод.

Для объяснения сути деятельности посредством геометрии Цветка Жизни, авторы данного проекта допустили, что цветы – это люди. Лепестки цветов – это энергетические и информационные связи между людьми. Сердцевины цветов – это сердца людей. Передача энергии и информации от человека к человеку происходит от сердца к сердцу посредством лепестков (энергетических каналов). Каждый цветок состоит из восьми частей (шесть лепестков, сердцевина и наружный круг). Восемь – это бесконечность, круг – магическая защита.

Основа сетевого метода – дублирование, то есть обучение и передача опыта и знаний своему коллеге по структуре (посредством лепестков или энергетических связей). Иными словами, создание *очередного звена деятельности по собственному подобию. В знаке Цветок Жизни лепестки предыдущего цветка формируют лепестки и магический круг для последующего цветка. И этот процесс бесконечен, на это указывает наружный контур из цветов, которые имеют незаконченные формы, но указывают на логику дальнейшего развития Цветка Жизни.*

Сетевой метод – это возможность создания человеком собственной многоуровневой структуры. В Цветке Жизни любой из партнеров кооперации может рассматривать себя центральным цветком. Если при развитии данного знака через сердцевины цветов (сердца людей) проводить линии, то заметим чередование шестиугольников и кругов. При грамотном дублировании, увеличение структуры каждого партнера происходит именно по уровням. Причем, каждый последующий уровень по количеству участников обязательно больше предыдущего, и Цветок Жизни это подтверждает.

Сердцевины цветов (сердца людей) красного цвета. Лепестки цветов (энергетические и информационные связи людей) золотого цвета (золото – один из лучших проводников, имеет массу других достоинств). Голубой фон – это спокойствие и защита светлых сил.

6. ДОСТОИНСТВА «КООПЕРАЦИИ ДОБРОМИР»

Технология распределения результата совместной деятельности («бонуса кооперации»), мотивации потребителей к экономии денег, повышению их дохода очень просты и понятны.

Авторские права Маркетинг-плана защищены как Законом Российской Федерации, так и международным патентом.

- 6.1. Для людей, занятых на основном производстве, участие в деятельности «Кооперации Добромир» дает возможность иметь постоянно растущий дополнительный доход (негосударственную пенсию). МП позволяет любому партнеру кооперации начать собственное дело в рамках потребительского общества без стартового капитала. Требуется лишь изучить ППО, МП, агентские договоры, комментарии, зарегистрировать «место» в единой потребительской сети кооперации.
- 6.2. Для удовлетворения потребностей партнеров кооперации в различных услугах, МП создает хорошие условия для борьбы за высококвалифицированные кадры на рынке труда.

Пояснение: Любой хороший узкий специалист, подписавшись под любого потребителя кооперации, автоматически получает готовую агентскую сеть из вышестоящих спонсоров, готовых продвигать его услугу на рынке (если, конечно, данная услуга будет востребована потребителями кооперации).

- 6.3. Вознаграждение за труд не зависит от настроения вышестоящего начальника.
Благодаря «отсечке» после двадцать восьмого уровня, каждый новый участник кооперации находится в равных условиях со всеми его вышестоящими коллегами.
- 6.5. В кооперации **главное действующее лицо - потребитель**. Поэтому, при организации совместной деятельности **честность партнерских отношений выражается:**
 - 6.5.1. В конкурентном формировании цены для члена кооперации. При этом, мониторинг цен на рынке производится из расчета на один грамм, один миллилитр, одну капсулу, тщательно анализируется соответствие цены, качества и т.д. Система «лохотрона», то есть - в разы взвинчивание цены за счет «эксклюзивности» на товар, массовое зомбирование, навязывание и т. п. полностью исключены. Товары и услуги, продвигаемые по единой потребительской сети кооперации, доходят до конечного потребителя с учетом скидки по лучшей цене по сравнению с другими участниками рынка в любом регионе и в любой стране.
 - 6.5.2. В прозрачном распределении «бонуса кооперации» между участниками совместной деятельности при продвижении товаров и услуг к конечным потребителям кооперации.
- 6.6. Метод предназначен для широких слоев населения и выигрывает он не за счет завышения цены для потребителей кооперации, а за счет необходимого ассортимента, скорости оборота, расширения сети потребителей и экономии на издержках. Отдельные владельцы дилерских центров могут не стремиться использовать дорогие торговые площади или офисы, расположенные в очень проходных или очень «престижных» местах. В этом нет смысла, настоящий предприниматель понимает, что данную экономию лучше пустить для увеличения доходов хороших специалистов. Наш потребитель найдет нас хоть на территории управления завода, хоть в квартире на десятом этаже, ведь мы работаем по рекомендациям от наших потребителей.

- 6.7. Для увеличения объемов реализации, скорости расширения единой потребительской сети в оборот принимаются наиболее полезные, необходимые и востребованные виды продукции и услуг. При этом товары могут быть как эксклюзивные, так и не эксклюзивные от различных производителей (поставщиков).
Отдельные виды товаров потребления от местных производителей региона могут продвигаться непосредственно в данном регионе с распределением «бонуса кооперации» между партнерами согласно единому МП.
- 6.8. Многие потенциальные партнеры могут рассматривать «Кооперацию Добромир» как место приобретения необходимых товаров, услуг для себя по лучшей цене и как дополнительный источник дохода. **При смене рода деятельности, отпуске, болезни и т.п. партнер кооперации имеет право постоянно получать доход (не государственную пенсию) от созданной им структуры, а также продать или передать по наследству свое «место».**
- 6.9. Партнер кооперации имеет возможность бесплатно обучиться или повысить свою квалификацию по отдельным профессиям от своих вышестоящих спонсоров, а также передавать собственные знания и опыт своим коллегам.

Пояснение: Допустим, в составе кооперации продвигается услуга: монтаж фильтров для воды из центрального водопровода (или любые другие виды работ и услуг).

Наставнику, профессионалу своего дела, выгодно научить своего ученика из своей структуры (если он, естественно, трудолюбив и ответственен). Ведь наставник в таком случае, помимо слов благодарности, будет получать постоянно растущий сетевой доход от структуры своего ученика.

- 6.10. Партнер кооперации имеет возможность не только развивать личную структуру потребителей посредством приглашения своих знакомых и тем самым способствовать продвижению товаров и услуг, но и производить целенаправленный поиск состоявшихся предпринимателей, производителей, инвесторов и способных специалистов для организации любого дилерского центра (как по товарам, так и по услугам) в любом регионе.

Примечание: Единственное требование при поиске предпринимателя – это согласование своих действий с менеджерами кооперации для определения целесообразности товара (услуги) и учета интересов всех партнеров (принцип «кумовства», при «задранной» цене здесь не прокати́т).

6.11. Всем участникам совместной деятельности выгодно работать с точки зрения налогообложения.

Дилерские центры могут экономить на налогах по фонду оплаты труда. Следовательно, могут более эффективно бороться за высококвалифицированные кадры на рынке труда.

Государству такая система также выгодна. Ведь граждане имеют возможность увеличивать свои дополнительные доходы (негосударственные пенсии). У предпринимателей отпадает необходимость платить зарплату специалистам занятых в продвижении товаров или услуг «в конвертах».

6.12. Производителям товаров выгодно создавать собственные дилерские центры в составе кооперации, так как они могут иметь:

- бесплатное продвижение их собственной торговой марки (посредством консультаций и передачи необходимой информации от человека к человеку);
- дополнительный собственный товарооборот;

- при содействии в развитии «Кооперации Добромир» смогут получать дополнительный доход (негосударственную пенсию) сотрудники данного предприятия, занятые в продвижении произведенных товаров. Это является дополнительным стимулом при поиске, отборе и закреплении кадров на данном предприятии.

Пример для пояснения: Руководство кондитерской фабрики перевело собственный линейный магазин на сетевой метод «Кооперации Добромир». Следовательно, у директора данного магазина и всех продавцов будут очень динамично развиваться личные структуры. Естественно, люди из данных структур станут потреблять другие товары и услуги, представленные в кооперации. В результате – сетевые доходы сотрудников магазина станут расти. При этом, в случае болезни или выходе на пенсию, данные кадры будут получать доходы (негосударственные пенсии) от «Кооперации Добромир».

6.13. Предпринимателю выгодно открывать дилерский центр определенного профиля, благодаря чему более интенсивно развивать свою структуру. Ведь создав личную структуру в 7 000 и более человек (при открытии дилерского центра это сделать не сложно), большинство из этих людей будет обслуживаться в других специализированных центрах в составе кооперации. Они будут получать там консультации, приобретать другие лучшие по цене и качеству товары (услуги), которые им необходимы, а сетевой доход от каждой покупки будут получать их верхние спонсоры, в том числе и владелец дилерского центра. Этот доход имеет реальную перспективу быть значительно выше того дохода, если бы предприниматель продавал только определенный вид товара линейным методом (смотри пример №3 в МП).

6.14. «Кооперация Добромир» и ее сетевой метод продвижения не имеют границ, поэтому любой партнер совместной деятельности может свободно перемещаться, менять место жительства и иметь право расширять свою структуру, продвигать товары, услуги в любом регионе и в любой стране (смотри Правило 5.32.)

Все партнеры кооперации из разных регионов работают по единым стандартам и единому Маркетинг-плану, где права, обязанности, интересы каждого четко и конкретно соблюдены.

6.15. **До 01 сентября 2016 года Маркетинг-План «Кооперации Добромир» не имел аналогов в мире.**

Примечание: Почему не имел? После, указанной даты был дан старт развития системы с размещением всех материалов в Интернет. Учитывая, что законы о защите интеллектуальной собственности очень слабы, для плагиатчиков открывается новое поле для их «деятельности». Поэтому, высока вероятность, что могут появляться «исправленные», «улучшенные» и т.п. версии данной модели.

Признавая мощь сетевого бизнеса в целом, приятно осознавать, что ни одна сетевая компания с мировым именем не сможет упрекнуть разработчиков в воровстве интеллектуальной собственности.

В данной системе посредством хорошей мотивации предусмотрена не только цепная реакция роста единой социальной сети, но и предоставлена возможность многим производителям лучших товаров, малым предпринимателям создавать собственные дилерские (консультационные) центры са-

мого различного назначения и от своего имени продвигать товары и услуги ко всем потребителям кооперации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хорошие производители товаров, потенциальные инвесторы, предприниматели, изобретатели, ответственные специалисты своего дела и потребители ***уже существуют на любом рынке.*** Достаточно многих из них объединить в одну хорошую команду под достойным названием – «Кооперация Добромир».

Уважаемые друзья, каждый из Вас может включить свою фантазию, проявить трудолюбие, расширить свои связи (или связи своих друзей, родственников и т.д.), грамотно выстроить «ключевое звено совместной деятельности» либо использовать свой вариант расширения собственной структуры, тем самым способствовать росту «Кооперации Добромир» в целом.

Спектр товаров и услуг для потребителей кооперации из года в год будет расти. ***Кооперация может успешно развиваться в любом регионе и в любой стране.*** А если это так, то абсолютно ***каждый партнер «Кооперации Добромир» имеет шанс и возможность получать достойные вознаграждения за свой труд.*** Что для этого надо? Внимательно изучите Маркетинг-план, Правила и Агентские Договоры. Убедитесь в простоте и справедливости системы. Задайте свои вопросы спонсору или менеджерам ПО. Правильно донесите информацию Вашему соседу, другу, знакомому, родственнику.

Практическое применение идеи потребительской кооперации и сетевого метода продвижения ***при конкурентной ценовой политике (безо всякого лохотронства) открывает широкие возможности для каждого человека.*** Это тот бизнес, в котором ***через выстраивание хороших, доброжелательных отношений с людьми можно реально добиваться финансового успеха.*** Инвесторы могут вкладывать свои финансы или другие ресурсы для открытия новых собственных специализированных дилерских центров. При этом потенциальными покупателями могут быть большинство потребителей кооперации. В качестве директоров центров назначать своих доверенных лиц, самостоятельно вести финансово - хозяйственную деятельность, то есть лично контролировать весь процесс.

В ДОБРЫЙ ПУТЬ!